

Instructivo para la Adopción de Mejores Prácticas Innovadoras en **Transformación Digital, Sostenibilidad y Gestión Empresarial**



PROYECTO APOYADO POR



CORFO

REGIÓN DE ANTOFAGASTA



ACTIVA TRANSFORMA E INNOVA



“Instructivo para la Adopción de Mejores Prácticas Innovadoras en Transformación Digital, Sostenibilidad y Gestión Empresarial”

PROYECTO APOYADO POR



CORFO

REGIÓN DE ANTOFAGASTA



ACTIVA TRANSFORMA E INNOVA



ÍNDICE

5

INTRODUCCIÓN

8

GESTIÓN, ESTRATEGIA E INNOVACIÓN

24

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

72

SOSTENIBILIDAD

89

MODELO DE ADOPCIÓN TECNOLÓGICA DE REFUERZO

INTRODUCCIÓN

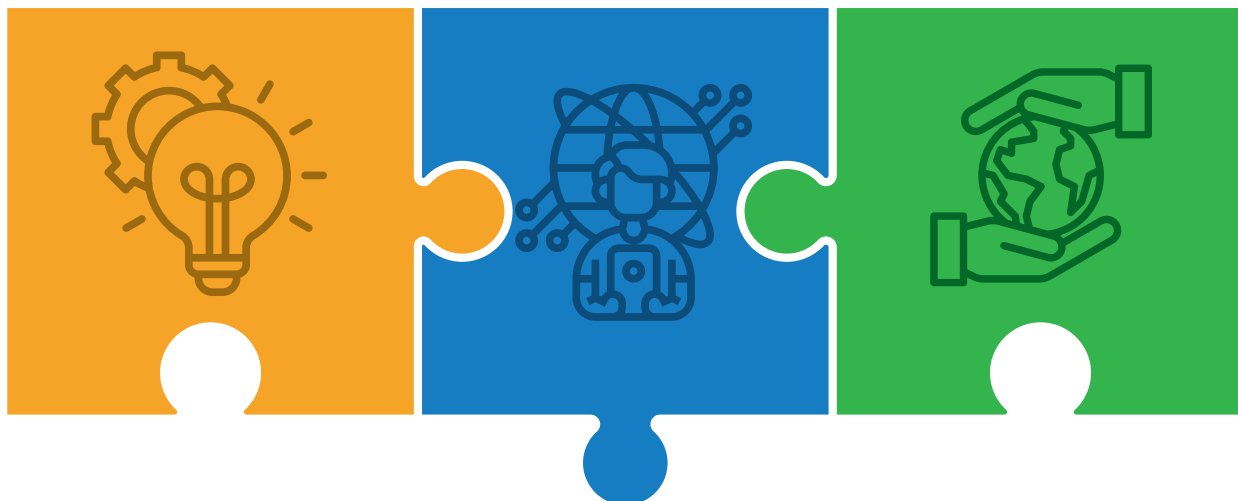
En el marco de la iniciativa “Activa, Transforma e Innova”, creada por Origo Lab y apoyada por el Comité Corfo Antofagasta y su Programa de Difusión Tecnológica (PDT), se da origen a este documento denominado “Instructivo para la adopción de mejores prácticas innovadoras en Transformación Digital, Sostenibilidad y Gestión Empresarial”, el cual mediante metodologías diseñadas para la eficiencia y optimización de procesos, establece una integración dinámica y sencilla de estas materias en las organizaciones y empresas de todo tamaño.

En la actualidad, la transformación digital, la sostenibilidad y la innovación son elementos que están interconectados en torno a desarrollo del emprendimiento y la generación de nuevos negocios, entregando eficiencia y valor en todos los niveles organizativos, y alineado a las empresas con las tendencias mundiales y los objetivos estratégicos del Estado.

Así mismo, especialistas en diversas industrias respaldan mediante estudios, que la adopción tecnológica y la integración de buenas prácticas en torno a ella, ya no es algo secundario, sino más bien algo esencial en cada negocio, más aún si se sostiene en pilares como la innovación, la sostenibilidad y la transformación digital.

A partir del reconocimiento de estos pilares, como factores indispensables en el camino hacia el crecimiento y desarrollo, podemos decir que estamos al tanto del “qué” debemos integrar a nuestras organizaciones, sin embargo, aún queda pendiente el “cómo”.

Para esto, y con el fin de agilizar los procesos en torno a este cambio, el departamento de innovación de Origo Lab ha desarrollado 3 metodologías para integrar a las empresas transformación digital, sostenibilidad e innovación, aportando elementos como el trabajo colaborativo, la creación de planes y sistemas organizativos.



INNOVACIÓN

Metodología RUTTA Plan: Es una de las dimensiones de la metodología RUTTA, enfocada en la construcción de planes de innovadores en torno al desarrollo de productos, iniciativas o servicios, potenciando la identificación de oportunidades, desafíos y problemáticas, para la construcción de soluciones diferenciadoras, dando respuesta a las necesidades reales de la sociedad. Aporta agilidad en la integración de proyectos de innovación al interior de las organizaciones, esto mediante la construcción de un plan de trabajo para la adopción de la innovación y la creación de productos, servicios e iniciativas innovadoras, adaptable a empresas de todo tamaño e industria.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Metodología DX-Express: La transformación digital constituye la base de todo cambio innovativo en una empresa. El valor de la tecnología ya es indiscutible y su impacto afecta de forma directa la gestión empresarial y la maximización de los resultados esperados. La adopción tecnológica es el soporte de una cultura de innovación empresarial, entregando facilidades en todas las áreas de una organización, independiente de su sector o industria, y la transformación digital es su canal que funciona como proceso para estos fines. Toda empresa que establece el desafío de transformarse digitalmente requiere que este proceso sea lo más eficiente y claro, y para esto está DX-Express, una metodología que combina el trabajo colaborativo con el desarrollo creativo y estratégico para la integración de tecnologías y buenas prácticas que impulsen la transformación en todas sus áreas, entre ellas, marketing,

administración, recursos humanos, comercial y ventas, estrategia, desarrollo de productos/servicios. Integra en 5 grandes pasos (dimensiones) el proceso de un plan de adopción a nivel transformación digital, proponiendo paneles para que usted y su equipo puedan trabajar de forma colaborativa acciones y resultados, disminuyendo así la resistencia de las y los colaboradores desde su participación y agilizando así el cambio en todos los niveles. DX-Express es útil para todo de tipo de empresa, ya sea una startup, un emprendimiento recién comenzando o una organización de mayor tamaño con departamentos y responsables a cargo de la transformación digital.

SOSTENIBILIDAD

Metodología Equys: Aborda la implementación de la sostenibilidad en organizaciones que buscan integrarla como uno de sus ejes de funcionamiento administrativo, operacional y comercial, estableciendo un compromiso con el medioambiente y la sociedad, al mismo tiempo que generan ingresos y aprendizaje. Para esto, Equys aporta con una visión basada en el cambio social, medioambiental y económico, además con una estructura clara para que cada organización pueda crear su propio plan de sostenibilidad, con componentes de gestión estratégica que permiten organizar ideas, crear objetivos, actividades y resultados asociados, como así formas de impacto positivo y alineamientos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU (2015), entre otros.

A continuación, se explicará cada una de estas metodologías, las cuales fueron diseñadas por el equipo de creativos de Origo Lab, dirigido por su Director de Innovación, Sharif Laibe, quién además es escritor y autor de los e-books "EQUYS: Metodología Para La Implementación de la Sostenibilidad en Organizaciones Conscientes", "DX-Express: La metodología para acelerar procesos de transformación digital en organizaciones y empresas" y del libro, "La RUTTA del Pitch", del cual sólo se trabajará una de las 9 dimensiones de la metodología, la que en este caso es RUTTA Plan. Con el uso de estas metodologías como herramientas colaborativas de trabajo creativo y organizacional cada empresa puede adoptar de mejor forma la transformación digital, la sostenibilidad y la innovación. Comencemos.

The background is a solid orange color. Overlaid on this are several faint, light-orange outlines of gears and a lightbulb. A large, dark-orange outline of a lightbulb is positioned on the right side of the image. To its left, there are several overlapping gear outlines of varying sizes and shades of orange. The text is in a bold, white, sans-serif font, stacked in three lines on the left side of the image.

**GESTIÓN,
ESTRATEGIA
E INNOVACIÓN**

GESTIÓN, ESTRATEGIA E INNOVACIÓN

Este primer módulo del instructivo está orientado a integrar la innovación en las empresas mediante la metodología RUTTA Plan para la construcción de un proyecto innovador, utilizando la estrategia como un factor clave y la gestión como una herramienta orientada a generar eficiencia. También podrá descargar desde un correo el formato plan en Word para así construir su propio plan, ya sea de su negocio, independiente es un producto, una iniciativa o un servicio. Se recomienda trabajar con su equipo de forma colaborativa la construcción de este plan.

Comencemos con la metodología definiendo un proyecto innovador.

¿QUÉ ES UN PROYECTO INNOVADOR?

Es un plan estratégico, técnico y comercial, que promueve la evolución de una idea a una propuesta innovadora, basándose siempre en el principio de dar una respuesta a una oportunidad de mercado o problemática, y la llegada al mercado mediante un producto, iniciativa o servicio.

Se sustenta en 14 pasos, algunos similares a RUTTA Pitch, la diferencia radica en que en RUTTA Plan usted puede abrir cada bloque con mayor profundidad. A continuación, le presentamos el formato.



¿POR QUÉ CREAR UN PROYECTO INNOVADOR?



Se profundiza en la oportunidad o problema identificado.



Incluye una mirada profunda al mercado, otras soluciones, competidores y sustitutos.



Se pueden agregar más gráficos e imágenes que en Rutta Pitch.



Permite definir un equipo con roles y funciones claras.



Se clarifican aspectos comerciales, como clientes, Modelo de negocios y canales de venta.



Tecnifica la solución.



Ordena y segmenta
la Información.



Fomenta el principal elemento
de toda innovación: la
creatividad.
Es la base para todo pitch.



Aporta a la comunicación
personal y colectiva.



Es el punto de partida para
levantar capital público y privado.

Para descargar el formato de RUTTA Plan puede hacerlo en el siguiente código QR.



ESCANEA AQUÍ

TECNOLOGÍAS RECOMENDADAS

Tecnología: asana

Es una herramienta digital de **gestión de proyectos y tareas** que permite organizar el trabajo de manera **clara, colaborativa y eficiente**. Funciona a través de un sistema visual que ayuda a planificar, asignar, calendarizar y hacer seguimiento a las actividades de un emprendimiento.

Está pensada para facilitar el trabajo en equipo, evitando confusiones y permitiendo una **mejor organización del tiempo**. Con ASANA puedes ver todo lo que está en curso, lo que falta por hacer y quién es responsable de cada tarea. También puedes dejar comentarios, subir archivos y vincular otras herramientas como Google Drive o Gmail.

Los principales usos de ASANA pueden ser:

- **Organizar proyectos y dividirlos en tareas y subtareas.**
- **Asignar responsables y establecer fechas de entrega.**
- **Visualizar el avance de un proyecto en tiempo real.**
- **Mejorar la comunicación y colaboración entre equipos.**
- **Establecer prioridades y evitar retrasos.**

Para comprender mejor su utilidad, veamos algunos ejemplos de uso en emprendimientos reales:

- **Emprendedora de productos artesanales:** Utiliza ASANA para planificar la producción mensual, organizar los pedidos por cliente y hacer seguimiento a las fechas de entrega.
- **Negocio de servicios de diseño:** Usa ASANA para asignar tareas entre socias, como el diseño, la revisión y la entrega final de proyectos, manteniendo una visión clara del estado de cada uno.

- **Emprendimiento gastronómico:** Implementa ASANA para coordinar compras de insumos, programación de publicaciones en redes sociales, y organización de eventos como ferias o lanzamientos.

Esta herramienta es especialmente útil para mujeres emprendedoras que deben compatibilizar múltiples responsabilidades, ya que les permite tener el control de su negocio en un solo lugar, de forma simple y visual.

CREACIÓN DE CUENTA Y CONFIGURACIÓN INICIAL

Para registrarse en ASANA y crear una cuenta gratuita, se deben seguir los siguientes pasos:

1. **Ingresar** al sitio web:  www.asana.com 
2. Hacer clic en el botón **“Comenzar gratis”**.



3. Ingresar una dirección de **correo electrónico** (idealmente el que usas para tu emprendimiento).

Regístrate

Regístrate con tu cuenta de trabajo de Google

nombre@empresa.com

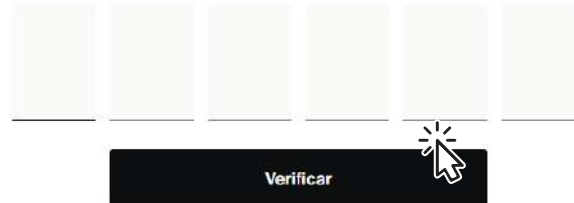
Regístrate

Al registrarme, acepto la **Política de privacidad** y los **Términos de servicio** de Asana.

4. Revisar tu bandeja de entrada e ingresa el **código de verificación** que ASANA enviará por correo.

Te enviamos un código por email

Te enviamos un código de seis dígitos a tu email. Ingresa el código a continuación:



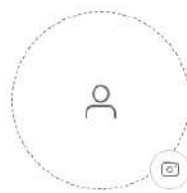
A form consisting of six empty rectangular boxes for entering a 6-digit code. Below the boxes is a black button labeled 'Verificar' with a white cursor icon pointing at it.

5. **Completar los datos** solicitados: nombre, nombre del equipo o proyecto, tipo de trabajo, etc.



¡Te damos la bienvenida a Asana!

Te estás registrando como



¿Cuál es tu nombre completo?

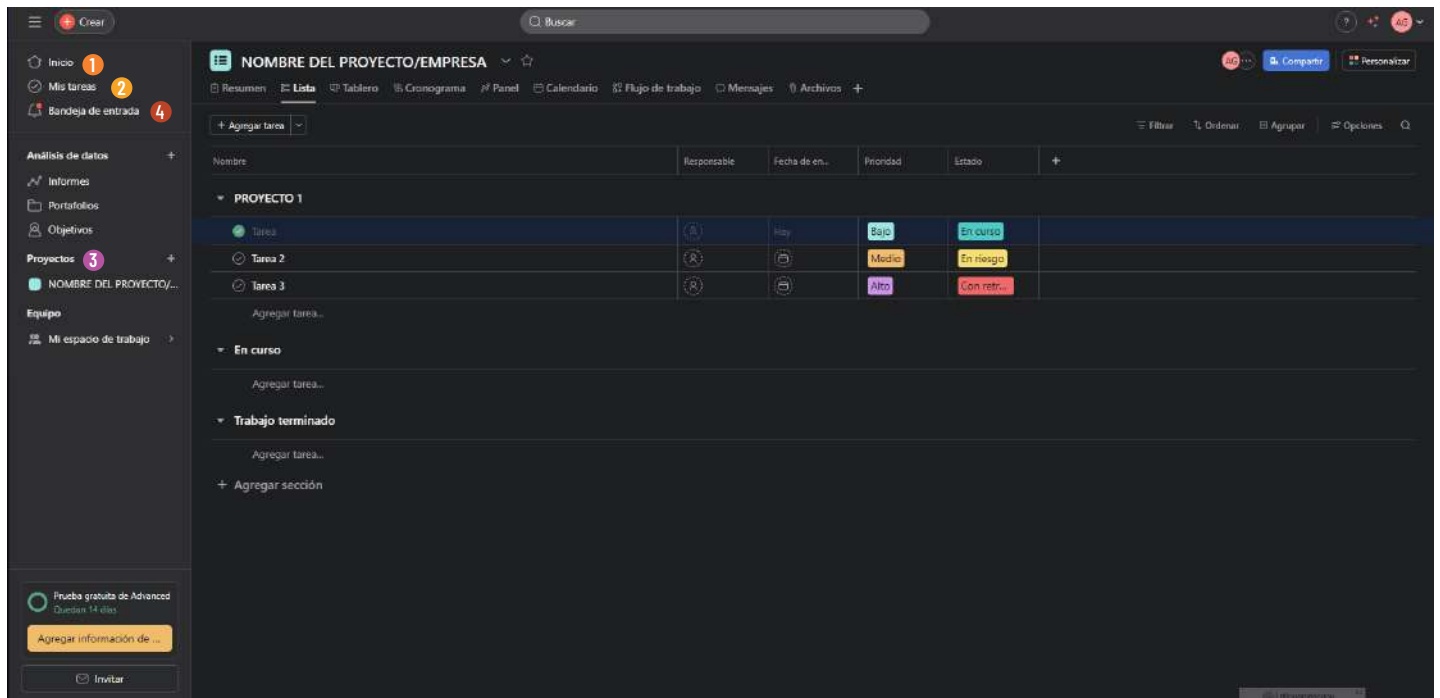
Nombre Apellidos

Contraseña

.....



6. Una vez dentro, puedes optar por probar la versión gratuita o una versión de prueba de ASANA Premium (no es necesario pagar para comenzar).



BARRA LATERAL

ÁREA CENTRAL

PANEL PRINCIPAL Y MENÚS DE NAVEGACIÓN

Una vez dentro de ASANA, te encontrarás con un panel fácil de explorar. A continuación, se describen sus componentes principales:

Barra lateral izquierda: Aquí encontrarás el acceso a tus espacios de trabajo, proyectos, tareas asignadas y bandeja de entrada.

- 1 **Inicio:** Vista general de tus actividades.
- 2 **Mis tareas:** Muestra todas las tareas que te han sido asignadas, ordenadas por fecha.
- 3 **Proyectos:** Puedes crear y visualizar proyectos específicos (ej: Lanzamiento de producto, Gestión de redes sociales, Feria de emprendedoras).
- 4 **Bandeja de entrada:** Recibe notificaciones de actividad, comentarios o cambios en los proyectos que sigues.

Área central: Es donde verás el contenido del proyecto seleccionado. Puedes visualizar las tareas en distintos formatos como:

- **Lista:** Ideal para seguir tareas paso a paso.
- **Tablero (Kanban):** Muestra las tareas como tarjetas organizadas por etapas (Ej: Por hacer, En progreso, Finalizado).
- **Calendario:** Visualiza todas tus tareas en un calendario mensual o semanal.

Barra superior: Contiene botones para agregar tareas, filtrar por fechas, invitar a colaboradoras y cambiar la vista del proyecto.

Este primer acercamiento permitirá empezar a familiarizarte con la interfaz y visualizar cómo puedes adaptar ASANA a las necesidades reales de tu emprendimiento.

GESTIÓN BÁSICA DE TAREAS Y PROYECTOS

Crear un proyecto desde cero

ASANA permite **iniciar un proyecto desde una plantilla o desde cero**. Para comenzar uno nuevo, sigue estos pasos:

1. En la barra lateral izquierda, haz clic en el botón **“+ Crear”** o selecciona **“Nuevo Proyecto”**.
2. Elige la opción **“Proyecto en blanco”** para comenzar desde cero.
3. Asigna un **nombre** al proyecto (por ejemplo: “Campaña Día de la Madre” o “Producción mensual de velas”).
4. Selecciona el **tipo de vista** que prefieres: Lista, Tablero, o Calendario (puedes cambiarlo más adelante).
5. Elige si el proyecto será **privado o compartido** con otras personas de tu equipo.
6. Haz clic en **“Crear Proyecto”**.

Añadir tareas y subtareas

Una vez creado el proyecto, podrás **desglosar** el trabajo en tareas pequeñas y ordenadas:

- Haz clic en **“+ Añadir tarea”** para crear una nueva actividad. Ejemplo: “Diseñar flyer promocional”.
- Para cada tarea, puedes hacer clic y agregar una **descripción, etiquetas, y comentarios**.

- Para agregar **subtareas**, abre una tarea principal y haz clic en el icono de subtareas (ícono de tres rayas o “subtarea”). Ejemplo: Subtareas para “Diseñar flyer” podrían ser: “Revisar inspiración”, “Redactar texto”, “Enviar a diseñadora”.

Asignar responsables y establecer fechas

Organizar responsabilidades es clave para que el equipo avance sin confusión. Para cada tarea y subtarea puedes:

- **Asignar una persona responsable:** Haz clic en el icono de usuario y selecciona el nombre de la persona encargada (debes haberla invitado previamente al proyecto).
- **Establecer una fecha de entrega:** Haz clic en el ícono de calendario y selecciona la fecha límite para completar la tarea. Esto permitirá visualizar la tarea en la vista de calendario y recibir recordatorios automáticos.

Consejo práctico:

Comienza creando un proyecto sencillo que refleje una actividad real de tu emprendimiento (como la organización de un evento, la entrega de un pedido grande o la planificación de redes sociales de una semana). Así, podrás aplicar lo aprendido de manera inmediata.



Tecnología: Google Workspace

Google Workspace (antes llamado G Suite) es un conjunto de herramientas digitales en línea que permiten trabajar de manera **colaborativa, organizada y segura**. Está compuesto por aplicaciones como Gmail, Google Drive, Documentos, Hojas de cálculo, Presentaciones, Calendario, entre otras.

Estas herramientas permiten a las emprendedoras **organizar su trabajo, comunicarse con clientes, compartir archivos y trabajar en equipo** sin necesidad de estar en el mismo lugar. Todo se guarda en la nube, por lo que puedes acceder desde cualquier dispositivo con internet.

Google Workspace sirve para:

- **Crear y compartir documentos, presentaciones y planillas.**
- **Gestionar correos electrónicos con dominio personalizado (ej: contacto@tunegocio.cl).**
- **Organizar reuniones virtuales con Google Meet.**
- **Agendar actividades y recordatorios con Google Calendar.**
- **Guardar y ordenar archivos en Google Drive.**
- **Trabajar de forma colaborativa en tiempo real con otras personas.**

Para comprender mejor su utilidad, veamos algunos ejemplos de uso en emprendimientos reales:

- **Emprendedora de organización de eventos:** Usa Google Calendar para programar reuniones con clientas y coordinar fechas clave; Google Drive para guardar contratos y presupuestos; y Gmail para mantener la comunicación profesional.
- **Emprendimiento de venta de productos:** Gestiona su inventario con Hojas de cálculo, crea catálogos en Documentos y comparte presupuestos por Gmail.
- **Tienda online con equipo remoto:** Utiliza Google Meet para reunirse con proveedoras y equipo de redes sociales, y trabaja en simultáneo en presentaciones y documentos.

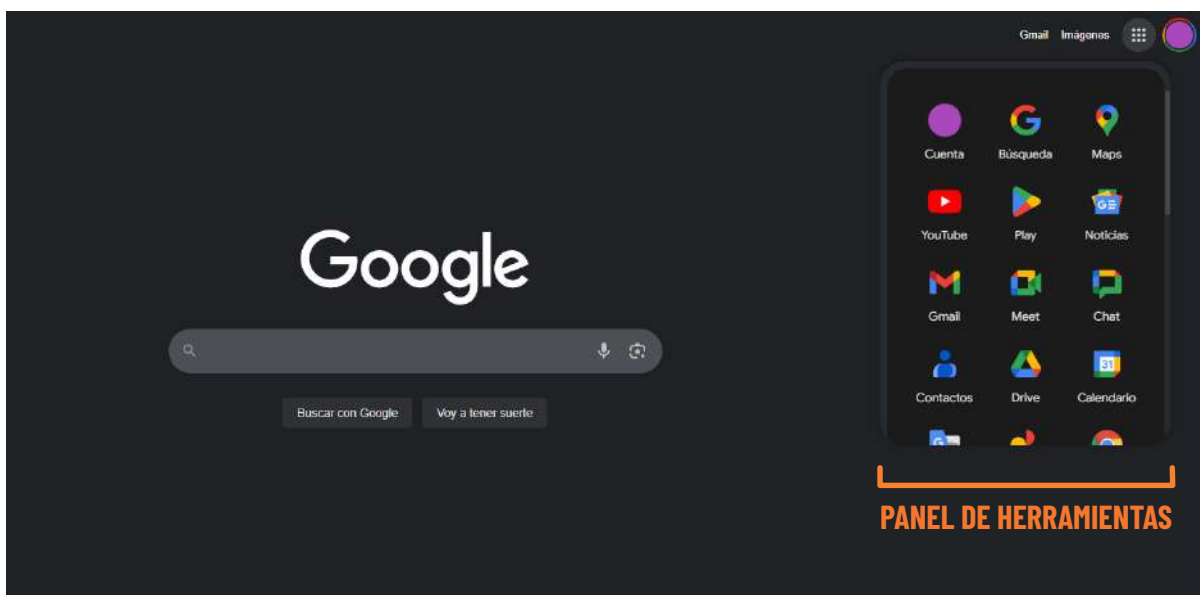
Google Workspace es especialmente útil para quienes quieren profesionalizar la gestión de su negocio, ahorrar tiempo y centralizar toda la información en un solo lugar.

CREACIÓN DE CUENTA Y ACCESO

Puedes utilizar Google Workspace con una cuenta gratuita de Gmail, o acceder a versiones pagadas con funciones avanzadas y dominio propio. Para este módulo, utilizaremos la versión gratuita.

Los pasos para comenzar son:

1. Ingresar a  www.google.com
2. Si ya tienes una cuenta Gmail, puedes usarla directamente. Si no, haz clic en **“Iniciar sesión”** y después **“Crear cuenta”**.
3. **Completa** tus datos personales y elige una contraseña segura.
4. Una vez creada tu cuenta, tendrás **acceso automático** a todas las aplicaciones de Google Workspace.



PANEL PRINCIPAL Y ACCESO A HERRAMIENTAS

Desde tu cuenta de Gmail (parte superior derecha), haz clic en el ícono de los nueve puntos (cuadrado de aplicaciones). Ahí encontrarás accesos directos a:

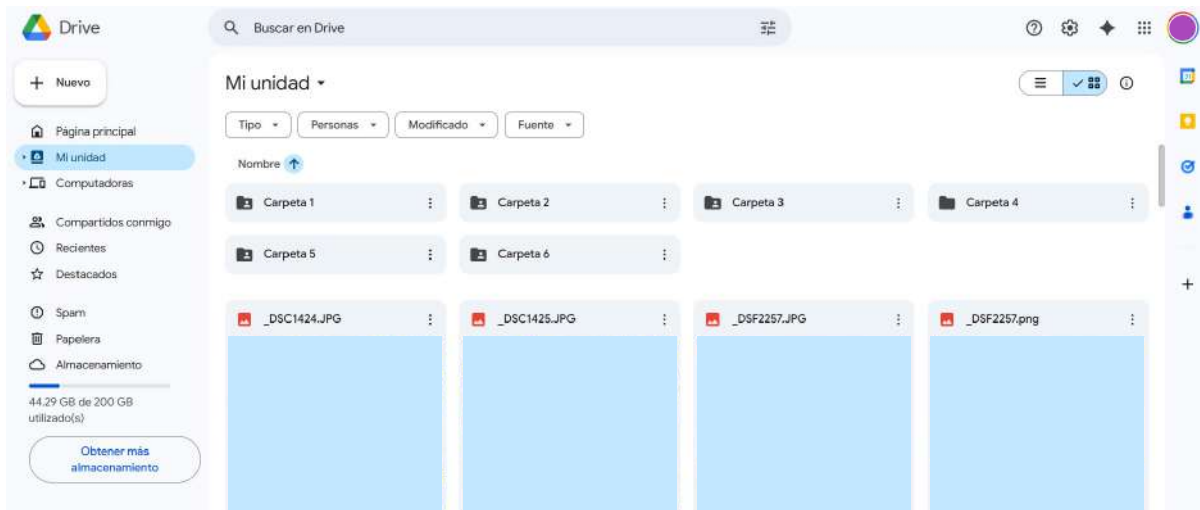
- **Gmail:** Correo electrónico.
- **Drive:** Almacenamiento de archivos en la nube.
- **Documentos:** Editor de texto colaborativo.
- **Hojas de cálculo:** Para presupuestos, control de ventas, etc.
- **Presentaciones:** Para crear propuestas o presentaciones de productos.
- **Calendar:** Agenda digital para reuniones y recordatorios.
- **Meet:** Plataforma para videollamadas.

El uso básico de estas herramientas es:



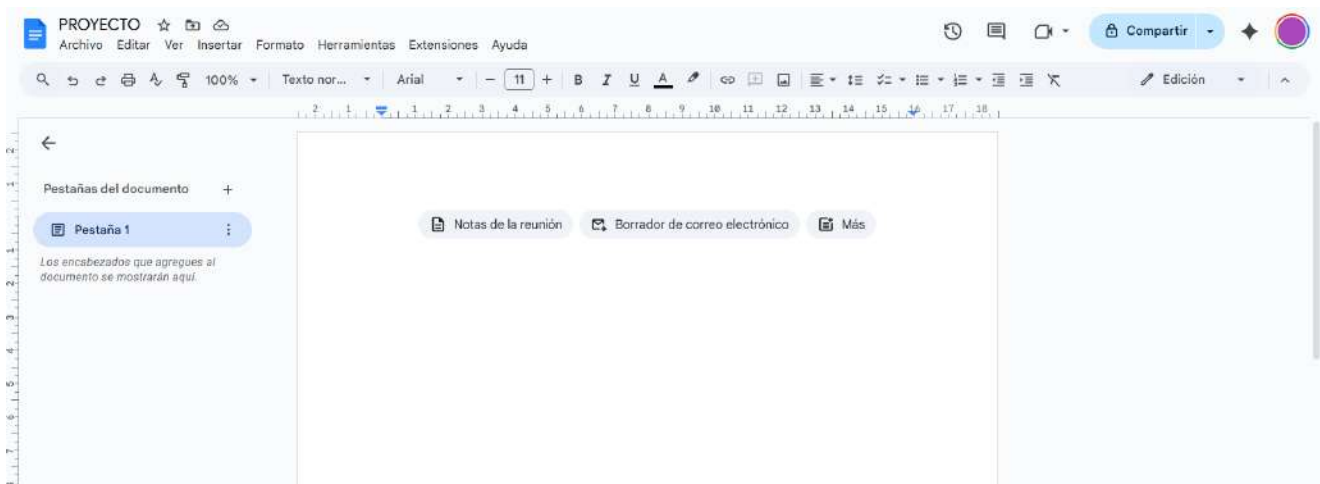
Google Drive

Permite crear carpetas, subir archivos, compartir documentos con otras personas y organizarlos por tipo de contenido (facturas, fotos, diseños, etc.).



Documentos de Google

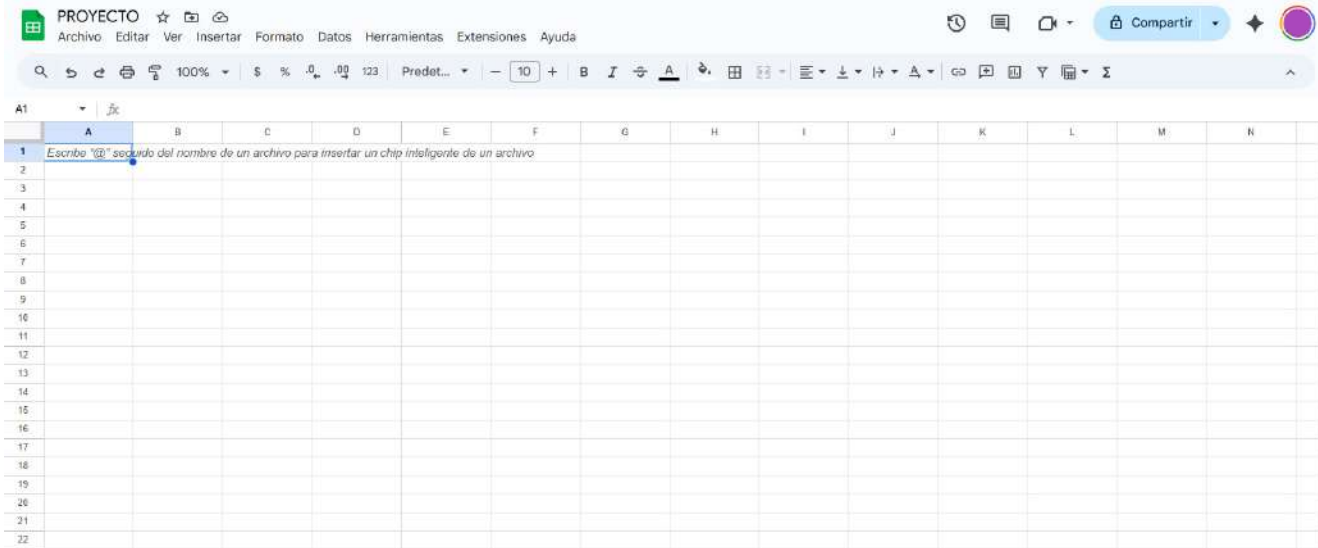
Editor similar a Word. Puedes escribir textos, insertar imágenes, compartir con otras personas y editar en tiempo real.





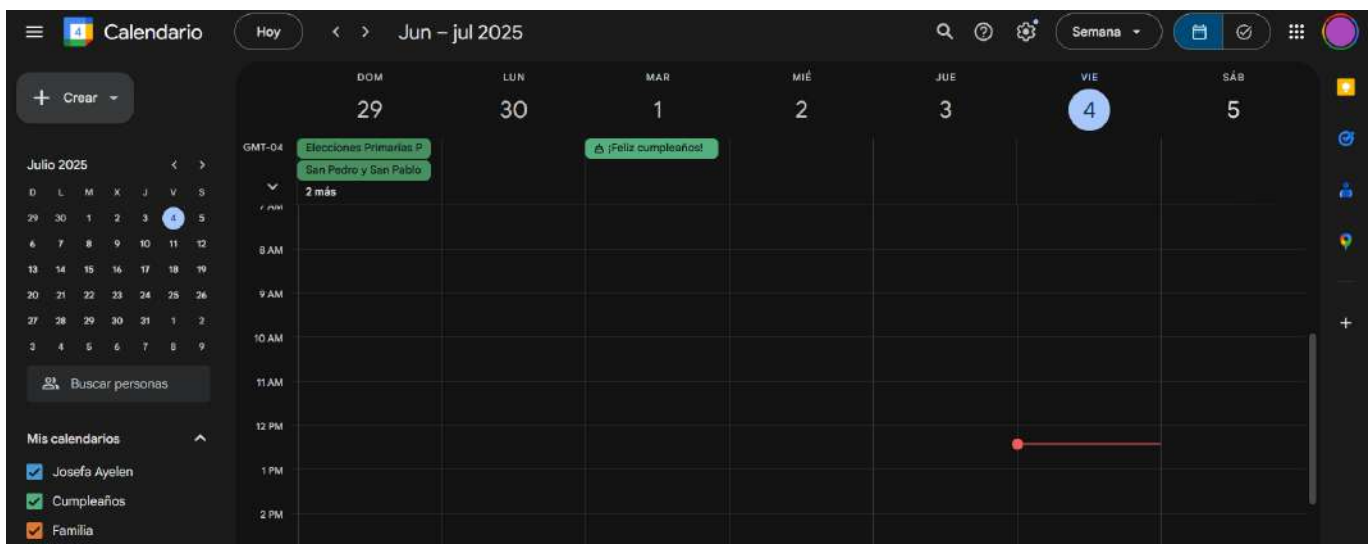
Hojas de cálculo

Ideal para llevar el control de ingresos, egresos, inventario, lista de clientes, o plan de publicaciones.



Calendar

Agrega eventos con recordatorios, crea agendas semanales y coordina tareas con otras personas.





Agenda reuniones o videollamadas directamente desde Calendar, y envía invitaciones por correo electrónico.



Consejo práctico:

Crea una carpeta en Google Drive con el nombre de tu emprendimiento y organiza ahí todos tus documentos, planillas, diseños y propuestas. Así, tendrás tu negocio siempre a mano y en orden.



TESTIMONIOS

"La Gestión y Estrategia, me ha servido en mi emprendimiento para poder anticiparme y poder capacitarme en herramientas tecnológicas que me permitirán estar más preparada. La idea es conocer las necesidades del cliente y poder apoyarlo en base a ello."

- JUANA MARIN



"Sé que mi mayor falencia está en todo lo relacionado con lo digital, y me cuesta aplicarlo e integrarme a los cambios de esta nueva realidad. Sin embargo, no tengo dudas de que lo lograré."

- GUADALUPE COCA

"La metodología RUTTA nos pareció excelente para visualizar las oportunidades de tu negocio, ahora podemos ver con más claridad los servicios que se pueden ofrecer."

- SANDRA MORENO & JAZMÍN VEJAR



The background is a solid blue color with various lighter blue geometric shapes, including circles and polygons, scattered across it. A prominent dark blue line-art graphic is centered on the right side. It features a globe with latitude and longitude lines. Overlaid on the globe is a network diagram with several circular nodes connected by straight lines. Below the globe, there is a stylized icon of a person with their arms raised, enclosed within a rounded rectangular frame.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

La transformación digital ya es necesaria en toda organización que desee perdurar en el tiempo. Tendencias como Inteligencia Artificial (IA), Machine Learning, Internet de las cosas (IOT), Robótica y la Realidad Virtual/Aumentada, por nombrar algunas, dan vida a miles de herramientas que entregan valor a las empresas al momento de ejecutar el proceso de transformación digital, aportando a la gestión empresarial, la productividad y los resultados finales con clientes y usuarios.

Estas tecnologías requieren modelos y para esto se ha desarrollado DX-Express que mediante pasos y paneles puede ser aplicada como herramienta que acelere las decisiones y resultados de un emprendimiento o empresa en el proceso de adopción tecnológica, independiente de las soluciones que se seleccionen para dichos fines.

Es importante mencionar que no es necesario que usted utilice la totalidad de DX-Express, ya que la metodología propone elementos como la integración de mentores, los que son proporcionados por Origo Lab en el caso de los proyectos que ejecuta cuando transfiere esta metodología o la integración de un mentor o mentora por parte de su misma empresa. Si ese es su caso, siempre se recomienda buscar un mentor con el fin de tener una experiencia más profunda como referencia y apoyo.

Por otro lado, Dx-Express también proporciona herramientas adicionales como su plataforma e-learning con cursos complementarios en diversas materias de transformación digital, a los cuales se puede acceder en www.dxe.cl

A continuación, se presenta el e-book “DX-Express: La metodología para acelerar procesos de transformación digital en organizaciones y empresas”, donde se explica a fondo los antes señalado.

DX-EXPRESS: LA METODOLOGÍA

DX-Express es una metodología que apunta a acelerar el proceso de Transformación Digital (DX) en empresas, proyectos y startups, aportando con la construcción de planes de trabajo de forma eficiente y estructurada, esto mediante paneles, herramientas y recursos complementarios, que promueven al mismo tiempo el trabajo colaborativo y el desarrollo creativo. Ha sido utilizada en diversos programas de Origo Lab a lo largo de todo Chile, donde destaca la ejecución de Upgrade Digital y

DX-Express Ñuble, ambos programas apoyados por Corfo, que es la entidad estatal de apoyo a emprendedores e innovadores de dicho país, y que depende del ministerio de economía.

A medida que ha sido implementada ha sido sometida a mejoras, con el fin de aumentar su precisión y aportar de mejor forma a emprendedores y emprendedoras, lo que ha permitido ampliar su uso en negocios de diversas industrias y sectores productivos.

Para comenzar, es necesario saber que DX-Express cuenta con **5 dimensiones**:

- 1. ESTADO ACTUAL (EA) VS ESTADO DESEADO (ED)**
- 2. PLAN DX EXPRESS**
- 3. PLAN DE ACCIÓN**
- 4. START NOW**
- 5. MEDICIÓN**

Cada una de estas dimensiones deben ser abordadas por usted en el orden que se presentan, y representan las fases del proceso de implementación de la metodología.



1. EA vs ED

En esta primera fase se analiza el estado actual de la empresa o startup vs el estado deseado en caso de que se aplicará el proceso de transformación digital. Para esto, es necesario completar dos diagnósticos que permitirán establecer las brechas deseadas: un diagnóstico dual técnico/comercial y una segunda medición orientada a abordar la brecha de acceso y/o adopción en transformación digital presente en la empresa.

Diagnóstico de Transformación Digital

Para medir el estado de transformación digital en una empresa o proyecto innovador, se utilizarán los llamados cinco estados de arte de madurez, los que se miden con un diagnóstico de 40 preguntas cerradas.

Estos 5 niveles son:





- **Resistencia Digital:** Empresas que aún manejan información de forma dispersa.
- **Exploración Digital:** Que está evaluando o definiendo la estrategia corporativa en materia de DX.
- **Alineación digital:** Se da cuando hay una alineación entre las metas de TI y las del negocio para crear productos y experiencias, aunque aún no son disruptivas.
- **Integración Digital:** Es aquel nivel donde se ha generado una integración sinérgica entre TI y el negocio, capaz de desarrollar productos y servicios digitales en forma sostenida.
- **Disrupción Digital:** Aquí los líderes poseen la capacidad y gestión necesarias para dirigir iniciativas digitales y realizar innovación disruptiva en su industria, proporcionando mayor agilidad y valor competitivo para el negocio.

Para acceder a este diagnóstico de transformación digital ingresa a través del siguiente código QR

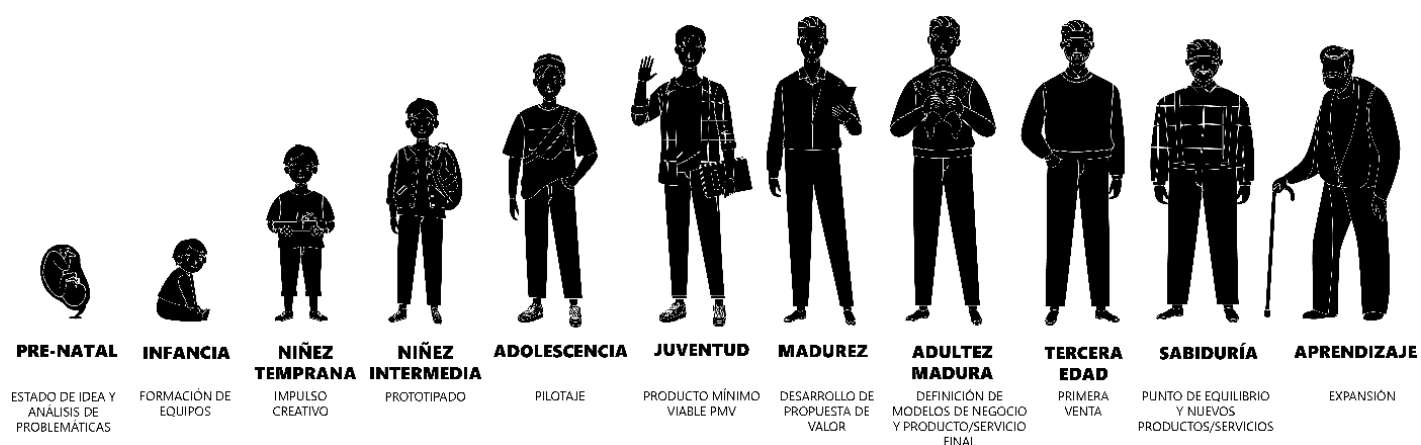


ESCANEA AQUÍ

Diagnóstico Dual Técnico/Comercial

Un segundo diagnóstico estará orientado a definir con claridad el estado técnico y comercial de una empresa o un proyecto, y para ello se utiliza el método de Umanoz creado por Origo Lab, orientado a startups con potencial de digitalización.

El método de Umanoz funciona con un diagnóstico que clasifica a la startup en uno de los 11 pasos de estado técnico/comercial, definiendo brechas y desafíos por resolver en esta materia. Una vez respondido el diagnóstico de 33 preguntas su empresa quedará clasificada en uno de esos 11 estados de madurez.



Para aclarar en qué consiste cada uno de estas 11 etapas de Umanoz, se detalla a continuación cada una de ellas, explicitando descripción, desafíos, actividades sugeridas, resultados esperados e indicadores.

1. PRE NATAL

Estado de Idea y Análisis de Problemáticas

Descripción: Es la fase más temprana de un proyecto y se caracteriza por la observación de problemáticas que afecten a la sociedad y oportunidades de mercado. En esta etapa es clave la empatía con el cliente, usuario, segmento, mercado o industria. A partir de esta observación de la es que debes crear una terna de ideas básicas que respondan a ellas.



Desafíos:

- Observar detenidamente la problemática u oportunidad.
- Empatizar con las personas que sufren la problemática.

Actividades Sugeridas:

- Levantar información estadística de la oportunidad u problemática.
- Respaldar con estudios la oportunidad u problemática.
- Crear una terna de eventuales soluciones básicas.

Resultados Esperados:

- Claridad de la oportunidad u problemática.
- Definición de quienes la sufren.
- Terna de ideas y línea base.
- Detección de industria y/o mercado.

Indicadores:

Densidad de la Problemática: Es el número de personas que sufren la problemática o justifican la oportunidad, respecto a la población total de la comuna, región o país. Mientras más sean las personas involucradas para atractiva es la oportunidad, y por lo tanto mayor el porcentaje que representa la densidad. Cálculo: $\text{Nº de personas afectadas} / \text{Población Total}$.



2. INFANCIA

Formación de Equipo

Descripción: Etapa en la que los emprendedores se enfocan en formar su equipo de trabajo de forma colaborativa. En algunos casos, existen personas que se encuentran solas al llegar a esta etapa, por lo que se sugiere formar un equipo multidisciplinario. En otros casos los equipos están semiformados, por lo que sólo queda buscar a los integrantes que complementen el team.

Desafíos:

- Formar un equipo multidisciplinario.
- Establecer roles.

Actividades Sugeridas:

- Definir todos los puestos claves para el proyecto e integrar al equipo las personas idóneas.
- Medir el compromiso de cada integrante.
- Realizar una reunión y establecer con claridad las funciones de cada uno.

Resultados Esperados:

- Equipo multidisciplinario creado.
- Documento de acuerdo de roles firmado por cada integrante.

Indicadores:

Perfil Activo: Antes de elegir a los integrantes de tu equipo define su compromiso. Levanta 10 preguntas claves que hayas identificado como líder de tu proyecto y dale un punto a cada una. Si tu eventual nuevo socio o colaborador responde menos de 8 preguntas de forma correcta, es momento de repensar si es la persona indicada. Cálculo: $\text{Nº de preguntas correctas} / \text{Nº de preguntas totales}$.

Roles Activos: Este indicador es similar al anterior y se caracteriza por garantizar que al menos el 90% de los roles estén cubiertos por el equipo fundador y colaboradores del emprendimiento. Para ello, al momento de levantar la totalidad de roles que requiere el proyecto se debe buscar personas que los cubran, incluyendo al líder de la iniciativa, esto en caso de que no estén cubiertos. La cantidad de roles será definida por la naturaleza de un proyecto. A modo de explicación, los roles básicos, en emprendimiento e innovación, son tener una persona en el equipo liderando el área comercial y otra la parte técnica. Sin embargo, y dependiendo del tipo de proyecto, puede haber otros roles claves como: creativos, marketing, programadores, producción, administración, contabilidad y finanzas, entre otros. En la mayoría de los casos, el equipo fundador aborda la totalidad de los roles, sin embargo, con el tiempo van delegando estas funciones en colaboradores, proveedores y aliados. Cálculo: $\text{Nº de roles cubiertos} / \text{Nº de roles totales del proyecto}$.

3. NIÑEZ TEMPRANA

Impulso Creativo

Definición: Los emprendedores que están presentes en esta fase comienzan la caracterización de una idea y el plan de desarrollo técnico en conjunto. En este punto



el fundador o el equipo fundador, deben presentar las 3 ideas básicas desarrolladas en la etapa 1 de la metodología, con el fin de seleccionar la mejor opción. También se recomienda en esta fase realizar una profundización en la problemática o la oportunidad de mercado en caso de que existan nuevos integrantes del equipo. Esto se debe realizar antes de la presentación de la terna de ideas base, con el fin de mejorar ambos puntos.

Desafíos:

- Seleccionar la idea central.
- Aplicar trabajo colaborativo respetando la opinión de cada integrante del equipo de forma empática.
- Profundizar en aspectos técnicos de la problemática u oportunidad.

Actividades Sugeridas:

- Plantear la oportunidad y actualizar información de ella.
- Plantear la terna de ideas y elegir una por votación del equipo. Esta votación debe ser unánime, sino uno o más integrantes pueden no estar conformes y con el tiempo dejarán el team, lo que se transforma en un retroceso para el proyecto. Por ello, es que se debe dedicar el tiempo necesario para lograr la unanimidad.
- Estructurar la base del proyecto. (Nombre, Objetivo General, Objetivos Específicos, Actividades, Resultados, Indicadores)

Resultados Esperados:

- Una idea consolidada y estructurada.
- Oportunidad y/o problemática profundizada.
- Equipo 100% alineado con la idea.

Indicadores:

Perfil Activo 2.0: En este caso, al profundizar en la problemática, junto al equipo completo, es necesario aplicar nuevamente este indicador explicitado en la etapa 1 de Umanoz. Cálculo: N° de personas afectadas / Población Total.

4. NIÑEZ INTERMEDIA

Prototipado

Descripción: Etapa en la que el resultante será un prototipo de baja resolución, pero



sometible a pruebas conceptuales o en terreno. La idea central es diseñar el producto, servicio o iniciativa, integrando factores claves propios de la versión final y comprobando una o más hipótesis respecto a la misma.

Desafíos:

- Generar la instancia para elaborar un prototipo junto a su equipo.
- Alinear la problemática u oportunidad con el prototipo de la solución.

Actividades Sugeridas:

- Reunión de planificación para la definición del prototipo a construir.
- Establecer un plan con tiempos y fechas de entrega del prototipo.
- Definir claramente los responsables y el método de trabajo.

Resultados Esperados:

- Prototipo creado.

Indicadores:

Porcentaje de Avance: Este indicador debe representar el cumplimiento del plan trazado para la construcción del piloto, por lo que el equipo se debe ajustar a dichos tiempos y actividades. Cálculo: $\text{Días de avance} / \text{Días Trazados}$. Ejemplo: Si el plan de construcción del prototipo es de 30 días y usted lleva 10, es porque el avance es del 33%. Pero cuidado, que este indicador se debe interpretar de 2 formas: el avance como se vio recién y de manera más crítica el nivel de atraso. En ese caso sólo se considera la diferencia entre los días trazados para el plan y los días de excedente. Ejemplo: si se traza 30 días y usted lleva 40, tiene un atraso de 10 días evidentemente. En este caso se recomienda utilizar metodologías ágiles para cumplir con el objetivo y no caer en incumplimiento. Se recomienda para estos fines usar plataformas de seguimientos de proyectos como Asana, que además tiene una versión gratuita.

5. ADOLESCENCIA

Pilotaje

Descripción: Puesta a prueba del producto o servicio, siendo el aprendizaje un resultante de dicha fase. Para esto el equipo emprendedor debe tener presente el objetivo del piloto, el método en que se realizará y los hitos críticos asociados, al igual que el cliente, empresa o grupo de personas con los que se llevará a cabo dicho piloto.



Desafíos:

- Medir la efectividad del piloto respecto a la problemática u oportunidad por abordar.
- Actuar con autocrítica independiente del resultado.
- Observar con detención el proceso para obtener un aprendizaje.

Actividades Sugeridas:

- Establecer un plan para el piloto.
- Llevar a cabo el piloto.

Resultados Esperados:

- Plan del piloto desarrollado.
- Piloto ejecutado y medido.

Indicadores:

Porcentaje de cumplimiento: Este indicador debe ser utilizado según parámetros establecidos por el equipo fundador, y depende de la proyección de resultados que se haga del piloto y los obtenidos realmente. Cálculo: Cantidad de resultados obtenidos / Cantidad de resultados esperados. Si los resultados esperados son 10 y obtienen menos de 5 el piloto debería ser repetido con otro cliente, empresa o grupo de personas.

6. JUVENTUD



Producto Mínimo Viable (MVP)

Descripción: Etapa en la que se obtiene un producto funcional pero aún no definitivo. A esto se le denomina producto mínimo viable (MVP), el cuál se debe validar exclusivamente con clientes y usuarios, o ambos si son la misma figura, esto dependiendo si el modelo es B2C o B2B, o derivados. Es importante destacar que el MPV es un resultado del aprendizaje del piloto, el cual comprende desde ajustes técnicos hasta funcionales.

Desafíos:

- Consolidar el aprendizaje obtenido en el piloto y llevar mejoras al MVP.
- Establecer con objetividad el MVP a construir.
- No olvidar que el MVP debe alinearse como solución con la problemática y/u oportunidad.

Actividades Sugeridas:

- Diseñar el MVP.
- Desarrollar el MVP.
- Validar el MVP con clientes y usuarios.

Resultados Esperados:

- MVP construido y puesto a prueba. Es importante considerar que el piloto es la prueba del prototipo, el cuál es de baja resolución. No así el MVP que ya posee componentes del producto o servicio final. El piloto del prototipo siempre es técnico, mientras que el MVP puede abordar eso y también aspectos comerciales.

Indicadores:

MVP+: Indicador que mide la aprobación del MVP por parte de usuarios y clientes. Esta aprobación debe ser superior al 85% para ser considerado representativo para el producto final, mientras que el 15% restante debe ser un activo para el aprendizaje, por lo que deben ser aspectos que realmente se puedan integrar a la solución final. Cálculo: $\text{Porcentaje de aprobación real del MVP} / \text{Porcentaje de aprobación real del MVP}$.

7. MADUREZ



Desarrollo de Propuesta de Valor y Propósito

Descripción: Elaboración de factores diferenciadores y propuesta de valor de la empresa. Es aquí donde se trabaja la creación de lo que será su factor diferenciador. Para ello, se recomienda considerar Canvas como base de este trabajo, sin embargo, existen otras opciones disponibles en la red en caso de que esta metodología no sea de su preferencia. Este es el momento de construir también el propósito, considerando la metodología “Propos-It” para estos fines.

Desafíos:

- Ampliar la empatía del grupo para construir la propuesta de valor.
- Coordinar el trabajo colaborativo como eje central de esta dinámica.

Actividades Sugeridas:

- Desarrollo de Canvas de forma colaborativa.
- Elaboración de propósito con metodología “Propos-It”.

Resultados Esperados:

- Propuesta de valor obtenida.
- Obtención de un propósito representativo de la empresa, aprobado por el 100% del equipo fundador.

Indicadores:

Aprobación Grupal: Indicador porcentual basado en la aprobación del 100% del equipo fundador, tanto para el propósito como la propuesta de valor. De no ser así, ambos factores son poco representativos de los objetivos trazados anteriormente. Es importante señalar que el propósito y la PV nunca son absolutos e inamovibles. Deben ser elementos en constante mejora.

8. ADULTEZ MADURA



Modelo de Negocios y Producto/Servicio Final

Descripción: En esta fase se desarrolla a fondo el producto o servicio a comercializar y su respectivo modelo de negocios.

Desafíos:

- Crear una solución que genere demanda en un mercado o segmento específico.
- Encontrar el modelo de negocios que más se ajuste a la propuesta.
- Reforzar la unidad del equipo de trabajo.

Actividades Sugeridas:

- Diseño final de la solución.
- Desarrollo de la solución.
- Pruebas finales del producto o servicio.
- Aplicar últimas mejoras.
- Definición de red de proveedores final.
- Desarrollo de packaging.
- Levantamiento de imagen corporativa y estructura de marketing.

Resultados Esperados:

- Modelo de negocio final.
- Producto o servicio disponible para el mercado.

Indicadores:

Tiempo de Avance: Este indicador debe ser utilizado según parámetros establecidos por el equipo fundador, y depende de los tiempos proyectados para el desarrollo de la solución final y el modelo de negocios de esta. Cálculo: Días de avance / Días Trazados. Ejemplo: Si el plan de desarrollo de ambos desafíos es de 60 días y usted lleva 20, es porque su avance es del 33%. Pero al igual que en la etapa de niñez intermedia, este indicador se debe interpretar considerando el nivel de avance y de atraso en caso de existir. Utilicemos el ejemplo ya visto anteriormente, si usted traza 30 días y lleva 40, tiene un atraso de 10 días. En este caso se recomienda utilizar metodologías ágiles para cumplir con el objetivo y alguna plataforma de seguimiento de proyectos con uso liberado.

9. TERCERA EDAD



Primera Venta

Descripción: Fase en que la meta es lograr una primera venta y dar inicio a la fase de comercialización del producto. Para ello, y tal como lo define la etapa previa, se debe contar con el producto/servicio final, el modelo de negocios, la estructura de marketing e imagen corporativa.

Desafíos:

- Crear alianzas estratégicas.
- Obtener la primera venta.

Actividades Sugeridas:

- Desarrollo de plan de negocios o plan comercial.
- Firmar acuerdos con aliados estratégicos.
- Inicio de reuniones con clientes.

Resultados Esperados:

- Plan comercial disponible.
- 5 acuerdos con aliados.
- Primera venta.

Indicadores:

N° de Ventas: Indicador que representa el inicio del proceso de ventas. Su naturaleza es sencilla, ya que usted sólo debe ir sumando sus ventas una a una, y este es el punto de partida. Una eventual modificación de este indicador es considerar la sumatoria de los ingresos en pesos, o la moneda de origen del país en que se contextualice, siendo el punto de partida esta primera venta.

10. SABIDURÍA



Punto de Equilibrio y Nuevos Productos/Servicios

Descripción: Etapa de sabiduría y desarrollo de nuevos productos y servicios, los cuales, al volverse una unidad independiente, comienzan con su propia ruta desde la etapa pre-natal de Umanoz. En otras palabras, se recomienda partir de la primera etapa al tomar la decisión de crear una nueva solución perteneciente al mismo emprendimiento. Aquí también se establece como meta lograr el punto de equilibrio, término utilizado en economía para definir el nivel de ventas que cubre los costos totales. Cuando una empresa llega al punto de equilibrio obtiene un beneficio, a pesar de que los ingresos y egresos se neteen en cero. Esto quiere decir que, aunque no haya ganado dinero, tampoco lo ha perdido.

Desafíos:

- Empatizar con las necesidades de los clientes para el desarrollo de nuevas soluciones.
- Establecer el punto de equilibrio como un eje central de startup.

Actividades Sugeridas:

- Proyectar con plazos y objetivos claros cómo se alcanzará el punto de equilibrio.
- Abrir un departamento para el desarrollo de servicios/productos complementarios a la oferta inicial del primero.
- Desarrollar los nuevos productos considerando iniciar desde la etapa 1 de Umanoz.
- Elaboración de nuevas estrategias y planes asociados.

Resultados Esperados:

- Punto de equilibrio.
- Desarrollo de mejoras al producto/servicio inicial o la creación de soluciones nuevas.
- Reestructuración y mejoras de estrategias.

Indicadores:

Punto de Equilibrio: La fórmula más utilizada para calcular el punto de equilibrio como indicador, es la fórmula de unidad. A partir de esta, se puede calcular la cantidad de unidades que deben venderse para no alcanzar la pérdida, y asimismo la cantidad de dinero en ventas que se necesita para llegar al punto de equilibrio. Cálculo: $\text{Costos Fijos} / \text{Precio de Venta por Unidad} - \text{Costo de Venta por Unidad}$. Ejemplo: Una empresa de venta de motos, que necesita analizar sus valores de punto de equilibrio, analiza que cada moto tiene un valor de \$50, el costo variable por unidad (unitario) es de \$35 y el costo fijo es de \$7500. El cálculo del punto de equilibrio sería el siguiente: $\$7500 / (\$50 - \$35) = 500$. Por lo tanto, se necesitan vender 500 unidades a \$50, es decir obtener \$25.000 en ventas, para llegar al punto de equilibrio y no caer en pérdida.

11. APRENDIZAJE



Expansión

Descripción: Etapa de consolidación nacional e internacionalización del emprendimiento, y donde el foco es la expansión de las operaciones a otras regiones, abordando cobertura comercial a lo largo de todo el país, o mejor aún, llegando a tranzar los productos o servicios en el extranjero.

Desafíos:

- Expandir el producto/servicio a otra región o país.
- Integrar el concepto de mejora continua para cada producto.
- Generar ingresos entre 60 y 600 millones anuales de pesos chilenos.

Actividades Sugeridas:

- Análisis de mercados por abordar.
- Desarrollo de plan de expansión nacional y/o internacional.
- Ejecución de plan de expansión.

Resultados Esperados:

- Ventas o beneficios entre 75.000 dólares y 750.000 dólares anuales.
- Expansión a otras regiones o países.

Indicadores:

Rango de Ventas: Usted debe considerar este indicador para las ventas entre los 75.000 dólares y 750.000 dólares anuales como eje de superación de esta etapa. Mientras más cercano estés de la meta mayor será su cumplimiento con ella, y en caso de superarla es porque esta metodología ya quedó pequeña para usted.

Para acceder a este diagnóstico ingresa al siguiente código QR:



ESCANEA AQUÍ

Densidad de Impacto Social

Un último indicador, que funciona de forma transversal a cualquier etapa, es el de “Densidad de Impacto Social”, el cual busca identificar con claridad a cuantas personas hemos impactado realmente respecto a la población total de una zona específica, la que puede ser una comuna, una región o un país. Al ser así, se debe comprender que la densidad entre abordar una comuna y un país evidentemente será distinta, por lo que es normal obtener un impacto menor en el país respecto a la comuna misma, por lo que se hace variable tanto la elasticidad como el resultado mismo.

Cálculo: $\text{Personas Impactadas en la zona} / \text{Población Total de la zona}$.

*Este indicador es recomendable sólo para empresas que generen impacto social.

Como resumen de las 11 etapas de Umanoz, se puede sostener que esta metodología depende exclusivamente de la organización, el compromiso y la determinación de las personas que están detrás del emprendimiento, pero que

funciona como estructura base para potenciar y acelerar el crecimiento y expansión de la iniciativa.

El Contraste

Una vez obtenido ambos diagnósticos es momento de contrastar dichos resultados con el estado óptimo del proyecto, esto se desarrolla en una primera sesión con los mentores de DX-Express en caso de que usted sea cliente de Origo Lab, los que guiarán al equipo emprendedor a definir su estado deseado en caso de aplicar transformación digital en la empresa.

En caso de que usted quiera aplicar esta metodología sin el apoyo de Origo Lab, se recomienda seguir los pasos del método cuidadosamente y respetando el proceso.

2. PLAN DX EXPRESS

En el presente bloque el equipo deberá desarrollar un plan de trabajo denominado “Plan Dx-Express”, completando los 2 bloques siguientes:

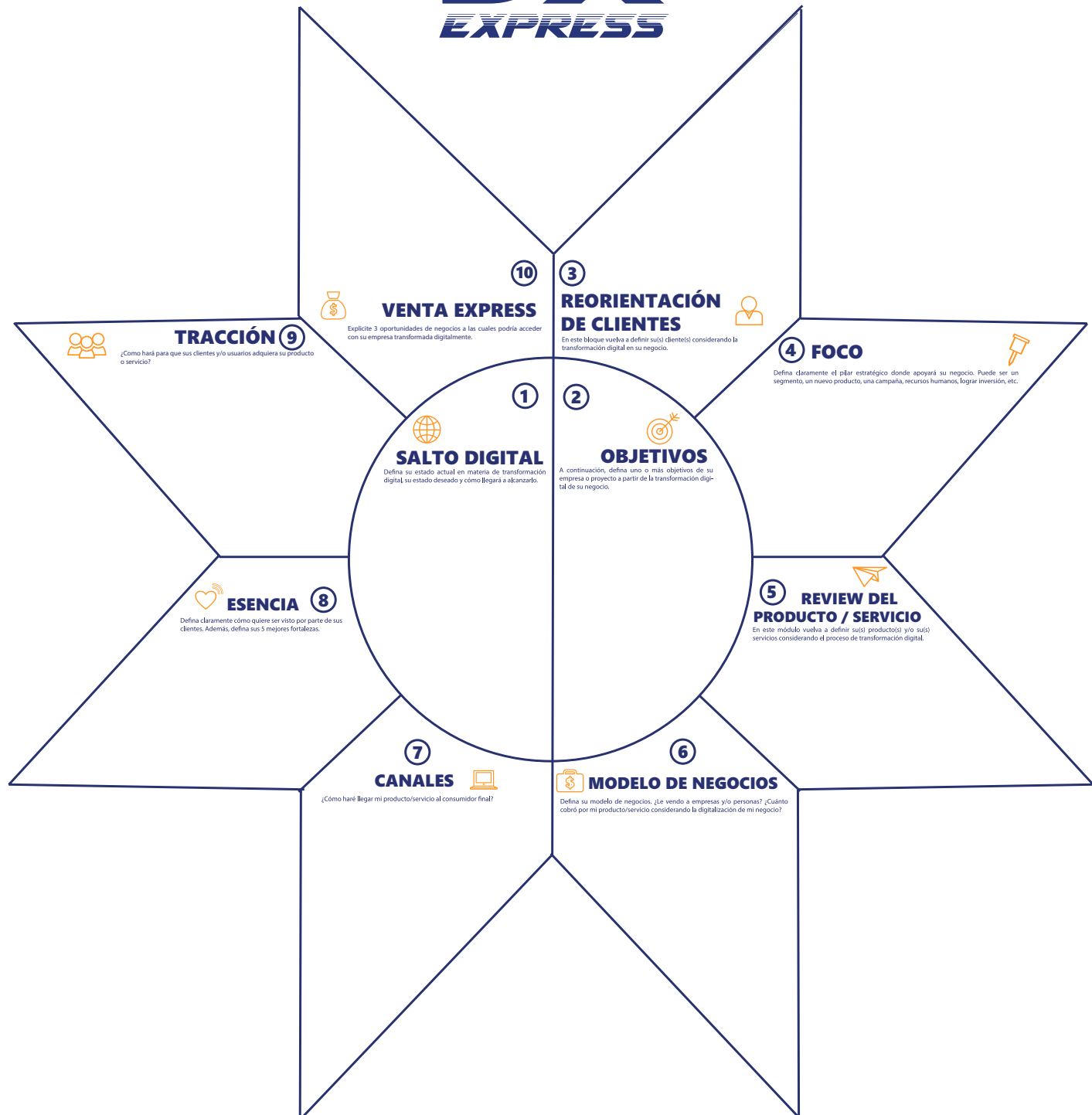
- 1. Depuración DX:** Dinámica colaborativa para la construcción de una nueva perspectiva del negocio.
- 2. Plan RUTTA:** Formulación técnica / comercial del negocio orientada a resaltar aspectos innovativos del negocio a partir de la transformación digital.

Depuración DX

Depuración DX es una dinámica que debe ser aplicada por el equipo de trabajo de forma colaborativa, utilizando un panel de 10 bloques donde la creatividad y la organización son claves. Para ello, deben seguir el orden según los números asociados a cada bloque. Respecto al panel, se trabaja en orden numérico mediante respuestas breves que puedan ser puestas con post it en el panel impreso.

Debe considerar los datos obtenidos a partir de los diagnósticos, nuevas ideas o verticales del negocio que esté considerando el equipo de trabajo y aspectos críticos que consideren los fundadores.

PANEL DX EXPRESS



A continuación, se detallan los 10 bloques del panel “Depuración DX”:

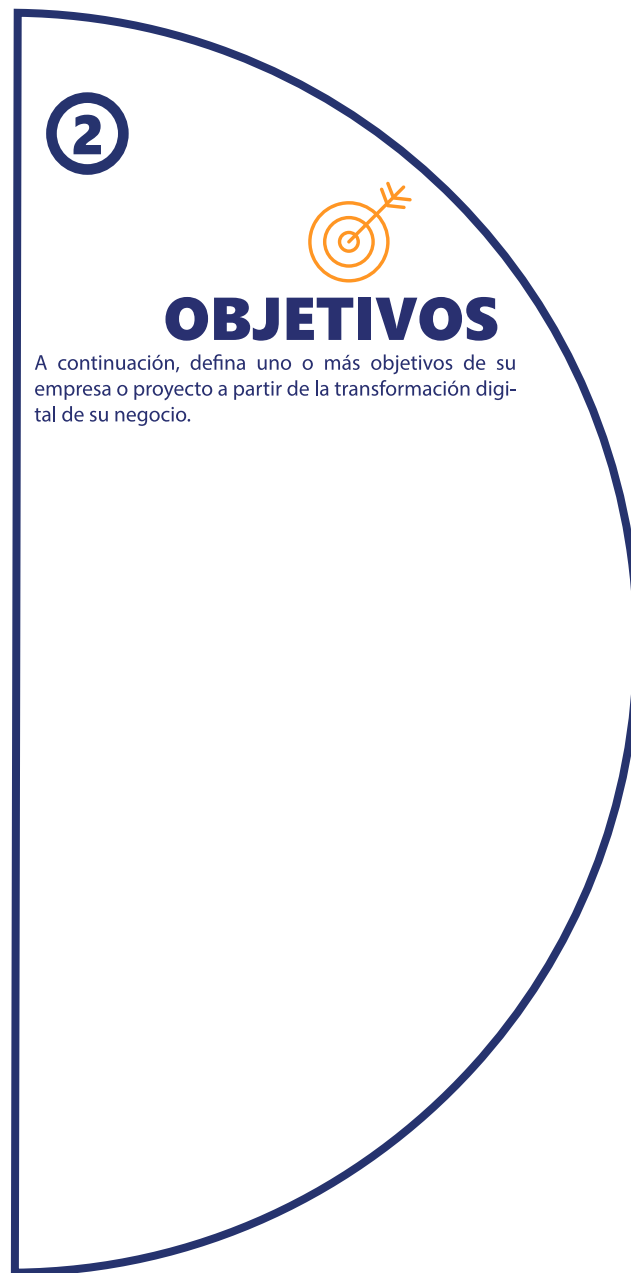
1. SALTO DIGITAL

Defina su estado actual en materia de transformación digital, su estado deseado y cómo llegará a alcanzarlo.



2. OBJETIVOS

A continuación, defina uno o más objetivos de su empresa o proyecto a partir de la transformación digital de su negocio.



2



OBJETIVOS

A continuación, defina uno o más objetivos de su empresa o proyecto a partir de la transformación digital de su negocio.

3. REORIENTACIÓN DE CLIENTES

En este bloque vuelva a definir su(s) cliente(s) considerando la transformación digital en su negocio.

③

REORIENTACIÓN DE CLIENTES



En este bloque vuelva a definir su(s) cliente(s) considerando la transformación digital en su negocio.

4. FOCO

Defina claramente el pilar estratégico donde apoyará su negocio. Puede ser un segmento, un nuevo producto, una campaña, recursos humanos, lograr inversión, etc.



④ FOCO

Defina claramente el pilar estratégico donde apoyará su negocio. Puede ser un segmento, un nuevo producto, una campaña, recursos humanos, lograr inversión, etc.



5. REVIEW DEL PRODUCTO / SERVICIO

En este módulo vuelva a definir su(s) producto(s) y/o su(s) servicios considerando el proceso de transformación digital.



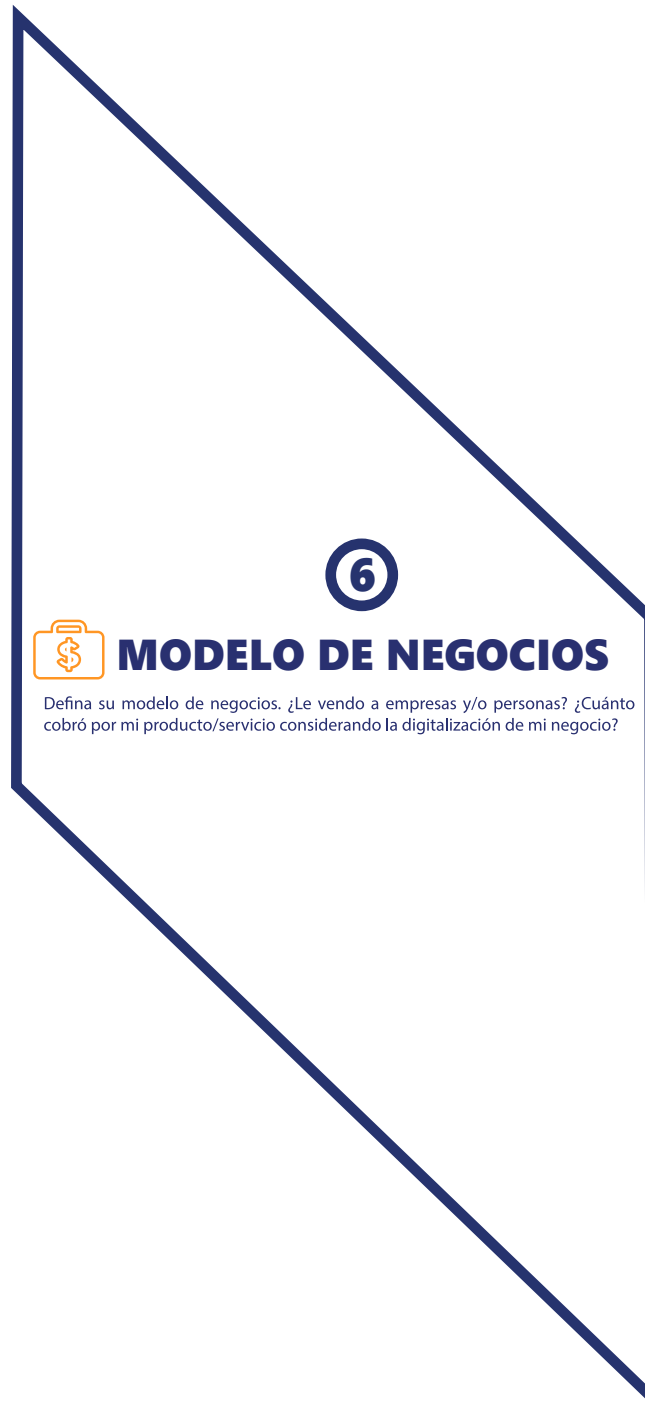
⑤ REVIEW DEL PRODUCTO / SERVICIO

En este módulo vuelva a definir su(s) producto(s) y/o su(s) servicios considerando el proceso de transformación digital.



6. MODELO DE NEGOCIOS

Defina su modelo de negocios. ¿Le vendo a empresas y/o personas? ¿Cuánto cobró por mi producto/servicio considerando la digitalización de mi negocio?



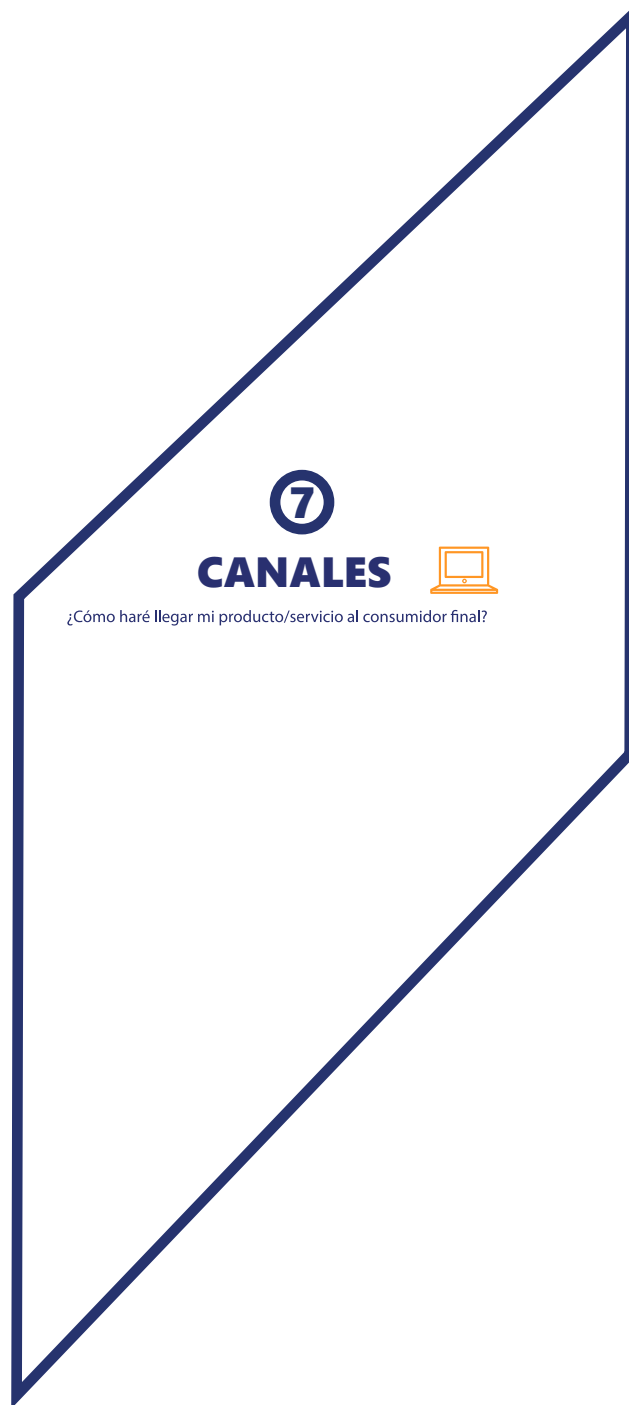
⑥

 **MODELO DE NEGOCIOS**

Defina su modelo de negocios. ¿Le vendo a empresas y/o personas? ¿Cuánto cobró por mi producto/servicio considerando la digitalización de mi negocio?

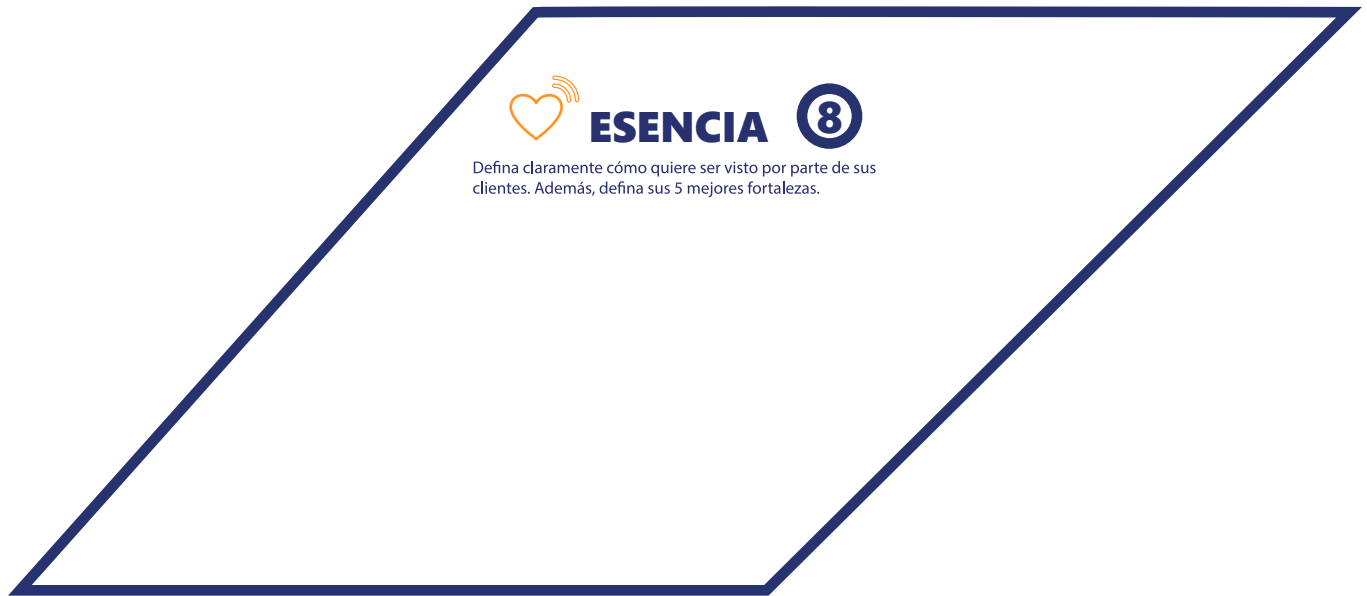
7. CANALES

¿Cómo haré llegar mi producto/servicio al consumidor final?



8. ESENCIA

Defina claramente cómo quiere ser visto por parte de sus clientes. Además, defina sus 5 mejores fortalezas.



A large parallelogram shape with a dark blue border, tilted to the right. Inside the parallelogram, at the top left, is an orange icon of a heart with three curved lines above it. To the right of the icon is the word **ESENCIA** in dark blue, followed by a dark blue circle containing the number 8. Below this text is the instruction: "Defina claramente cómo quiere ser visto por parte de sus clientes. Además, defina sus 5 mejores fortalezas."

9. TRACCIÓN

¿Como hará para que sus clientes y/o usuarios adquieran su producto o servicio?



A large parallelogram shape with a dark blue border, tilted to the left. Inside the parallelogram, at the top left, is an orange icon of three stylized human figures. To the right of the icon is the word **TRACCIÓN** in dark blue, followed by a dark blue circle containing the number 9. Below this text is the instruction: "¿Como hará para que sus clientes y/o usuarios adquiera su producto o servicio?"

10. VENTA EXPRESS

Explicite 3 oportunidades de negocios a las cuales podría acceder con su empresa transformada digitalmente.



Plan RUTTA

A continuación, se presentará el modelo RUTTA, enfocado en el desarrollo de planes y de pitch, sin embargo, en esta ocasión estará centrado en lo primero. Es importante recordar que la metodología RUTTA está diseñada para establecer un pitch eficiente, pero con el tiempo se ha creado una segunda vertical dirigida a desarrollar planes de trabajo bajo bloques similares. En el caso del trabajo de pitch el modelo considera 15 bloques mientras que en el desarrollo de planes sólo 13.

Para partir, es necesario considerar el estado deseado de su empresa (ED), a nivel de transformación digital, y nuevos ajustes en las verticales críticas del negocio que sean pertinentes según el equipo de trabajo mediante las 13 fases de “Plan RUTTA”.

Las **13 fases** de Plan RUTTA son:



1. FLECHAZO: Defina como llamaría la atención de su cliente con un mensaje conciso, eficiente y eficaz.



2. PROBLEMÁTICA U OPORTUNIDAD: Detalle la oportunidad de mercado que aborda o la problemática que tienen sus clientes/usuarios.



3. SOLUCIÓN: Explique cómo su solución resuelve el problema u oportunidad explicitada.



4. PRODUCTO / SERVICIO: Describa su producto o servicio, explicando claramente qué es y cómo funciona.



5. MERCADO: Detalle el mercado y/o industria en la cual se desenvuelve su empresa. Detalle cifras del mercado y principales actores.



6. CLIENTES / USUARIOS: Defina su cliente y su usuario. Recuerde que pueden ser el mismo perfil o diferentes.



7. MODELO DE NEGOCIOS: Explique cómo comercializará su producto/servicio. Detalle precio y aspectos críticos del negocio.



8. COMPETIDORES: ¿Cuáles son sus 3 principales competidores?



9. MARKETING: Detalle su estrategia de marketing y posicionamiento en el mercado identificado.



10. VENTAS ESTIMADAS: Explique de forma sencilla cuánto estima vender en los próximos 5 años.



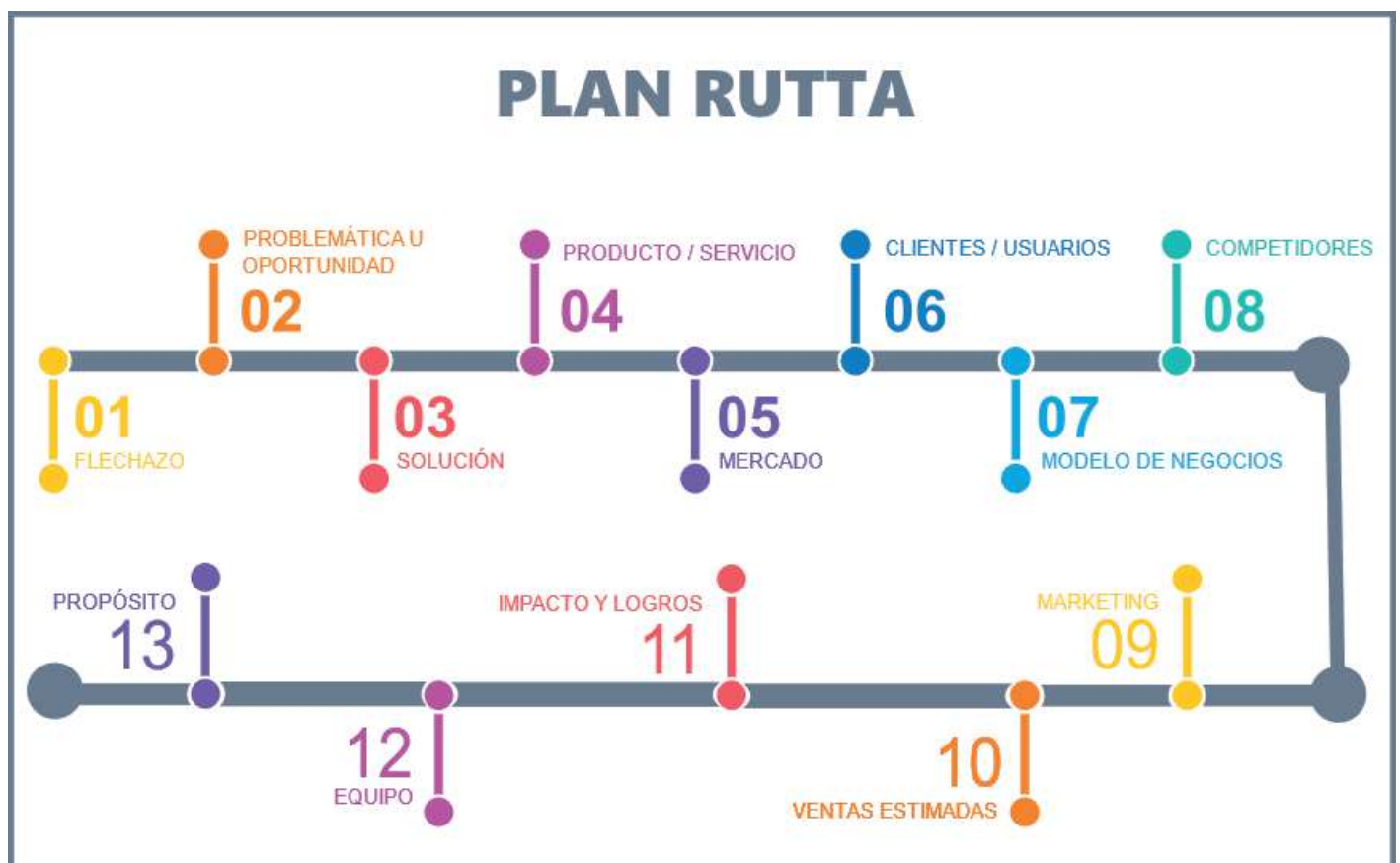
11. IMPACTO Y LOGROS: Nombre sus principales logros y si ha generado impacto en la sociedad, las personas y/o el medioambiente.



12. EQUIPO: Presente su equipo, con respectivos nombres, cargos y roles.



13. PROPÓSITO: Nombre el propósito de su empresa. En caso de no tenerlo proponga uno utilizando el método "Propos-It".



3. PLAN DE ACCIÓN

Una vez diseñado el plan de transformación digital se da inicio a su aplicación con tiempo, acciones, resultados, indicadores e impacto estimado.

Hasta esta fase ya ha realizado, junto a su equipo, el “Plan DX-Express” (Plan de Trabajo), y ahora es momento de desarrollar el plan de acciones con tiempo, acciones, resultados, indicadores e impacto estimado, esto con el fin de dar inicio al aceleramiento de adopción de transformación digital.

A continuación, debe establecer las principales acciones que desarrollará en su empresa para integrar la transformación digital. Para ello, utilice la información desarrollada en el plan de trabajo como base.

Le recomendamos desarrollar no más de 8 acciones, enlazando cada una de ellas con un resultado y un indicador. Para ello debe completar la siguiente planilla, considerando lo siguiente:



Acciones: Detalle las actividades de su plan, siendo breve, claro y directo en su redacción.



Resultados: Asocie un resultado a cada acción explicitada.



Indicadores: Asocie un indicador a cada resultado. Este puede ser numérico, porcentual, etc.



Tiempo Estimado: Asigne el mes de inicio y mes de término de la actividad.



Impacto Estimado: Explique el impacto que generará esta acción, puede ser económico, social y/o medioambiental.

	ACCIONES	RESULTADO	INDICADORES	TIEMPO ESTIMADO	IMPACTO ESTIMADO
01					
02					
03					
04					
05					

4. START NOW

Esta fase, que representa el punto de acompañamiento de un mentor puede aplicar con un mentor designado por Origo Lab, en caso de que el programa o asesoría se ejecute bajo su alero, o su mentor asignado por otras iniciativas o concursos, y que esté dispuesto al uso de la metodología. A continuación, se detalla el proceso:

En un plazo acotado de dos meses el mentor guía al equipo emprendedor mediante 3 acciones constantes que velan por el éxito del plan de acciones recién creado:

a) Acompañamiento: Establecer un vínculo entre el mentor y el equipo de trabajo, que permita identificar en conjunto oportunidades y estrategias, ya sean a nivel técnico/comercial como así mismo a nivel de TD.

b) Monitoreo: El mentor será un observador de la aplicación del plan, y asesorará al equipo de trabajo para la fluidez de su ejecución.

c) Acciones Correctivas: Los mentores de DX-Express no son pasivos. Estarán a cargo también de proponer acciones correctivas al equipo de trabajo para ampliar el

rango de eficiencia. Sin embargo, el mentor no actúa como un miembro del equipo, propone pero no seleccionará ni votará ideas, por lo que el equipo debe comprender su rol con claridad.

Para iniciar este desafío (bajo el modelo de Origo) se asigna un mentor para el proyecto, siendo este seleccionado por compatibilidad a la naturaleza comercial y/o técnica del proyecto. Ella o el mentor, tendrá a disposición los resultados de los diagnósticos de Transformación Digital y el técnico/comercial, además del panel de depuración, el Plan DX-Express y el Plan de Acción, siendo información acaba que será previamente revisada antes de la primera sesión.

De acuerdo con esto, se consideran 4 sesiones de 45 minutos para el proceso completo:

Sesión 1: La primera sesión estará enfocada en establecer el acuerdo de mentor/mentee y la claridad de los roles, además de abordar el EA vs ED, con el fin de levantar las brechas por superar El mentor se guiará según pauta técnico/comercial con la clasificación de Umanoz y el informe de transformación digital.



Sesión 2: La segunda sesión estará enfocada en revisar en revisar el Panel de Depuración y el Plan DX-Express, definiendo con claridad últimos ajustes con el mentor.



Sesión 3: En una tercera sesión se revisará el Plan de Acción visualizando oportunidades a nivel técnico, comercial y estratégico.



Sesión 4: Finalmente, y luego de la ejecución del Plan de Acción, el mentor analiza los resultados y entrega los últimos alcances.



5. MEDICIÓN

En una última etapa de la aplicación del modelo, de DX-Express, se ejecuta el diagnóstico de salida, que mide el avance por brechas técnicas/comerciales y de transformación digital. En él se presentarán los resultados del proyecto, el porcentaje de cumplimiento del plan, indicadores de desempeño y disminución por brecha.

Estos resultados se manifiestan en un informe personalizado de Scoring.





De esta forma el equipo recibe este informe detallado, además de un reporte final del mentor con sugerencias y alcances finales de los planes de DX-Express.

Además de la metodología en sí, sus paneles y recursos ya antes nombrados, DX-Express cuenta con una plataforma e-learning para complementar a nivel técnico el trabajo realizado, la que cuenta con cursos metodológicos y de transformación digital.

Los cursos metodológicos son:

- **Propos-It (Desarrollo de propósitos)**
- **Design Thinking**
- **Canvas**
- **Konkord (Trabajo colaborativo)**
- **Customer Development**
- **Power Pitch Method (Relatos comerciales)**
- **RUTTA (Pitch para levantamiento de capital)**
- **Storytelling**
- **Dx-Express**
- **Mientras que a nivel de DX los cursos son:**
- **Redes sociales en emprendimientos digitales.**
- **Inteligencia artificial, Big Data y ciberseguridad.**
- **Digitalización de procesos.**
- **Foco en cliente digital.**
- **Modelos de negocios digitales**

- **Base de datos.**
- **Estrategia digital y de negocios.**
- **Levantamiento de fondos públicos y privados.**

CONCLUSIÓN

DX-Express, al igual que otros métodos, no es la solución a todas las problemáticas que su empresa tenga en este camino hacia la transformación digital, sino más bien una herramienta complementaria a otras tecnologías y metodologías que usted utilice.

Desde esa perspectiva, DX-Express es un traje a la medida que conecta los puntos estratégicos con acciones tangibles en términos de procesos de digitalización, y depende de forma exclusiva de la persona que lidere su uso, al igual que otros métodos como Scrum, donde los roles son sumamente importantes.

No olvide que la implementación de este método obedece a la naturaleza de su empresa y sus sistema productivo, técnico y comercial, como así otra variables que debe considerar al momento de llevar a cabo un proceso de transformación digital.

Si usted desea conocer más de DX-Express ingrese a www.dxe.cl



ESCANEA AQUÍ

TECNOLOGÍAS RECOMENDADAS

Tecnología: ChatGPT

Es una herramienta de **inteligencia artificial** desarrollada por OpenAI que permite generar respuestas, ideas y textos escritos de forma automatizada, conversando con el usuario como si fuera un asistente virtual.

A través de esta tecnología, puedes obtener ayuda para **redactar mensajes, crear contenido para redes sociales, traducir textos, organizar ideas de negocio, planificar actividades y mucho más**. Funciona como una especie de “copiloto digital” que acompaña y agiliza muchas tareas cotidianas del emprendimiento.

Entre sus usos más comunes se encuentran:

- **Redactar publicaciones para redes sociales.**
- **Generar ideas para nombres de productos o campañas.**
- **Traducir textos al inglés o simplificar lenguaje técnico.**
- **Crear descripciones para tiendas en línea.**
- **Preparar respuestas a clientes o correos profesionales.**
- **Obtener explicaciones claras sobre temas que no manejas bien.**

Para comprender mejor su utilidad, veamos algunos ejemplos de uso en emprendimientos reales:

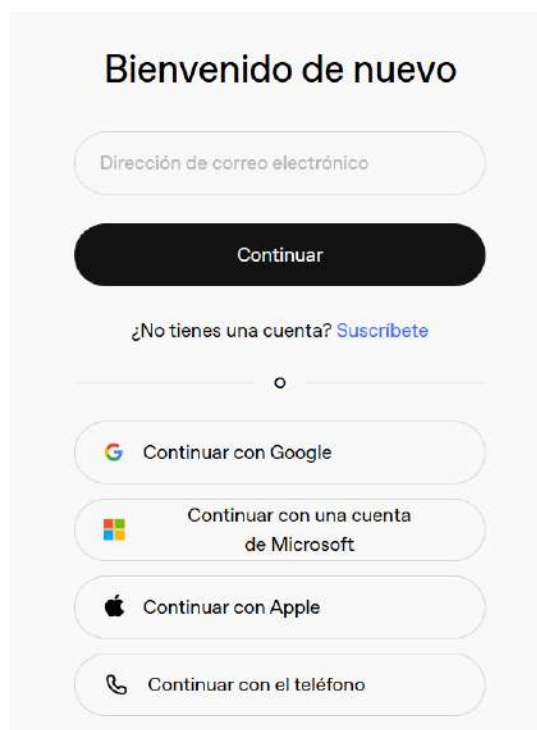
- **Emprendedora del rubro textil:** Usa ChatGPT para redactar descripciones atractivas de sus productos en Instagram y Etsy, y para traducir sus publicaciones al inglés.
- **Negocio de cosmética natural:** Le pide al asistente ideas de promociones mensuales y lo utiliza para escribir correos informativos a sus clientas.
- **Servicio de asesorías legales:** Utiliza ChatGPT como borrador inicial para responder dudas frecuentes de clientes, y luego adapta el texto con su toque profesional.

Esta herramienta resulta especialmente útil para quienes necesitan optimizar su tiempo y generar contenido constante, sin depender siempre de ayuda externa o conocimientos técnicos.

CREACIÓN DE CUENTA Y ACCESO

Para comenzar a usar ChatGPT, puedes optar por distintas plataformas. La más directa es la versión web de OpenAI. Los pasos para acceder desde el sitio oficial son:

1. **Ingresar** al sitio  <https://chatgpt.com> 
2. Hacer clic en **“Sign up”** (Registrarse).

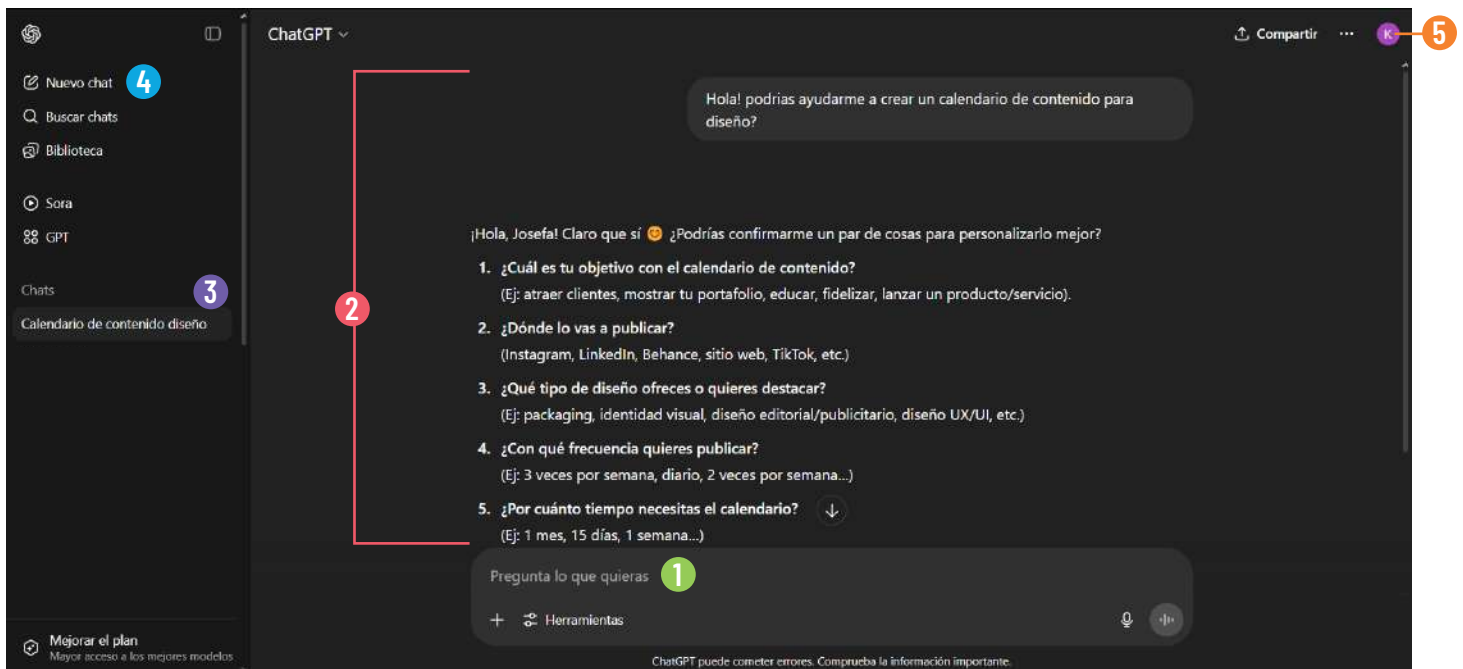


The screenshot shows the 'Bienvenido de nuevo' (Welcome back) sign-up page. It features a text input field for 'Dirección de correo electrónico' (Email address), a black 'Continuar' (Continue) button, and a link for '¿No tienes una cuenta? Suscríbete' (Don't have an account? Sign up). Below a horizontal separator, there are five options for signing in: 'Continuar con Google' (Continue with Google), 'Continuar con una cuenta de Microsoft' (Continue with a Microsoft account), 'Continuar con Apple' (Continue with Apple), and 'Continuar con el teléfono' (Continue with phone number).

3. **Crear una cuenta** utilizando tu correo electrónico y una contraseña segura.
4. **Verificar** el correo electrónico y completar la creación de tu perfil.
5. Ya puedes empezar a conversar con ChatGPT.

También existen versiones alternativas (como apps móviles o integraciones en otras plataformas), pero para este módulo se trabajará directamente con la versión web gratuita.

Una vez que inicias sesión, te encontrarás con una interfaz muy sencilla:



- ① **Campo de texto (parte inferior):** Aquí escribes tus preguntas o instrucciones.
- ② **Zona de conversación (centro):** Verás tus mensajes y las respuestas de ChatGPT organizadas en forma de diálogo.
- ③ **Barra lateral izquierda:** Aquí se guarda el historial de tus conversaciones, las cuales puedes revisar o continuar en otro momento.
- ④ **Botón "+ New Chat":** Sirve para iniciar una conversación nueva desde cero.
- ⑤ **Ajustes (ícono de tres puntos o tu perfil):** Puedes cambiar idioma, borrar historial, o acceder a tu cuenta.

Interacción básica con ChatGPT

Para obtener buenos resultados al hablarle a la inteligencia artificial, es importante aprender a escribir instrucciones claras. A eso se le llama **prompt**.

Ejemplos de prompts útiles:

- “Redáctame un post para Instagram promocionando una oferta de 2x1 en jabones artesanales.”
- “Dame 5 ideas de nombres para una tienda online de ropa para niños.”
- “Explícame en lenguaje simple qué es el marketing de contenidos.”
- “Corrige este texto para que suene más profesional: ‘Hola clienta, gracias por tu compra, espero verte pronto’.”
- “Ayúdame a organizar una lista de tareas para preparar una feria de emprendedoras.”

Consejo práctico:

Usa ChatGPT como un borrador inicial: pídele ayuda para comenzar un texto o una idea, y luego ajusta el contenido con tu propio estilo y experiencia. Así ahorras tiempo sin perder autenticidad.



Tecnología: *Canva*

Es una plataforma digital de diseño gráfico que permite crear fácilmente contenido visual, aunque no tengas experiencia previa en diseño. Ofrece miles de plantillas editables para redes sociales, presentaciones, afiches, tarjetas, catálogos, portadas, videos cortos, entre otros.

Su interfaz es simple e intuitiva, lo que la convierte en una excelente herramienta para mujeres emprendedoras que desean crear materiales atractivos para promocionar su negocio, sin depender de terceros o programas complejos.

Podemos usar Canva para:

- **Crear publicaciones para redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok).**
- **Diseñar catálogos de productos, flyers, afiches y tarjetas de presentación.**

- **Armar presentaciones profesionales y portafolios.**
- **Generar contenido para ferias, promociones o campañas.**
- **Diseñar piezas gráficas para correo electrónico y tiendas en línea.**

Para comprender mejor su utilidad, veamos algunos ejemplos de uso en emprendimientos reales:

- **Emprendedora del área gastronómica:** Diseña menús semanales, promociones y contenido para Instagram usando plantillas personalizadas.
- **Artesana textil:** Crea afiches para ferias, etiquetas de productos y tarjetas de agradecimiento.
- **Consultora en servicios:** Utiliza Canva para armar presentaciones profesionales y propuestas comerciales para clientas.

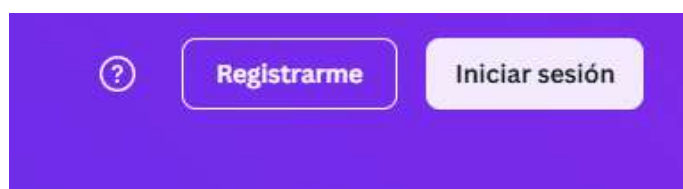
Canva es una herramienta clave para comunicar visualmente tu marca, potenciar tu presencia en línea y crear piezas que conecten con tu público objetivo sin necesidad de contratar a un diseñador.

CREACIÓN DE CUENTA Y ACCESO

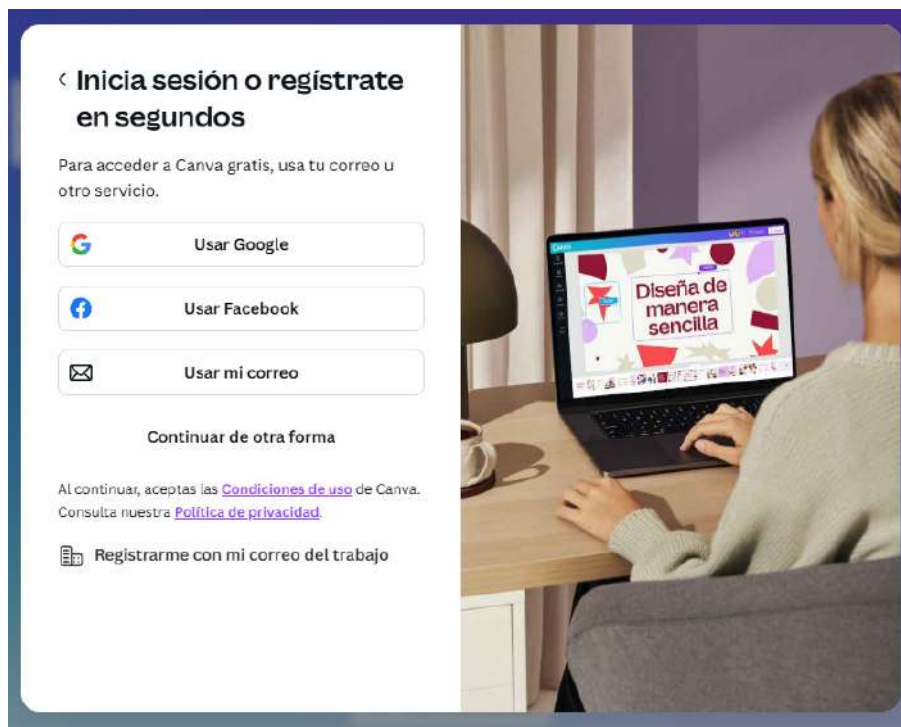
Canva ofrece una versión gratuita con múltiples funciones, y una versión Pro con acceso a recursos premium. Para este módulo se trabajará con la versión gratuita.

Pasos para comenzar:

1. Ingresar a  <https://www.canva.com> 
2. Hacer clic en “**Regístrate**”.



3. Puedes **crear una cuenta** usando tu correo electrónico, cuenta de Google o Facebook.



4. Completa los datos básicos solicitados y elige el perfil **“Personal”** o **“Educativo”** si se solicita.

5. Ya puedes comenzar a diseñar con acceso inmediato a miles de plantillas.



Al ingresar a Canva, verás una interfaz moderna y amigable que te pregunta: ¿Qué vamos a diseñar hoy?.

En la **parte superior central** se destacan tres botones que te permiten acceder rápidamente a “Mis diseños”, “Plantillas” y “Canva IA”, esta última para generar contenido asistido por inteligencia artificial.

Justo debajo, se encuentra una **barra de búsqueda** donde puedes escribir lo que deseas crear (por ejemplo: “afiche”, “currículum”, “presentación”) y acceder a miles de plantillas prediseñadas.

En el **centro** de la pantalla aparecen iconos de acceso rápido para distintos tipos de diseño, como: Post de Instagram (cuadrado o formato 4:5), Hoja (para documentos, Doc (documento estilo Google Docs), Pizarra (para lluvia de ideas), Presentación, Redes, Fotos, Video, Imprimir, Sitio web y Personalizar.

En la parte izquierda, verás el menú principal con accesos a:

- Inicio: donde estás ahora, con tus diseños recientes.
- Proyectos: donde puedes organizar tus trabajos.
- Plantillas: para explorar ideas prediseñadas.
- Marca: si tienes una cuenta Pro, puedes subir logos, tipografías y paletas de colores
- Apps: herramientas adicionales que puedes integrar a tus diseños.

Finalmente, Canva te muestra tus Diseños recientes, permitiéndote retomarlos fácilmente.

Diseño básico paso a paso

Para crear un diseño desde cero seguiremos los siguientes pasos:

1. Haz clic en **“Crear un diseño”** (arriba a la derecha) y **elige un formato** (ej: Publicación de Instagram, Presentación, Afiche).
2. Selecciona una **plantilla** prediseñada o comienza con un **lienzo en blanco**.
3. Añade y edita **texto, colores, imágenes, íconos o videos** según tu necesidad.
4. Puedes subir tus **propias imágenes** o usar las que Canva ofrece gratuitamente.
5. Guarda tu diseño en la nube o descárgalo en PDF, JPG, PNG o video.

Consejo práctico:

Si no sabes por dónde comenzar, busca una plantilla relacionada con tu rubro (por ejemplo: “catálogo artesanal”, “flyer para cafetería”, “promoción en redes”) y solo cambia los textos e imágenes.



Tecnología: WhatsApp Business

Es una aplicación gratuita desarrollada por Meta, pensada especialmente para pequeños negocios y emprendedores. Permite una **comunicación directa, profesional y organizada con clientas y contactos**, ofreciendo funciones adicionales a las de WhatsApp tradicional.

Con esta herramienta puedes automatizar mensajes, crear un perfil comercial, organizar tus productos o servicios en un catálogo, y mantener una comunicación fluida con tus clientas desde tu teléfono móvil.

WhatsApp Business se usa para:

- **Crear un canal formal de atención al cliente.**
- **Responder automáticamente fuera del horario laboral.**
- **Compartir catálogos de productos con fotos, precios y descripciones.**
- **Organizar contactos y conversaciones con etiquetas.**
- **Brindar confianza a clientas al tener un perfil profesional.**

Para comprender mejor su utilidad, veamos algunos ejemplos de uso en emprendimientos reales:

- **Tienda de productos naturales:** Utiliza WhatsApp Business para responder dudas sobre stock, enviar el catálogo y coordinar entregas.

- **Emprendimiento de servicios de belleza:** Agenda horas, envía recordatorios automáticos y confirma citas a través de mensajes programados.
- **Negocio de repostería artesanal:** Atiende pedidos personalizados usando etiquetas para organizar clientes según tipo de producto o estado del pedido.

Esta herramienta es especialmente útil para mujeres emprendedoras que quieren profesionalizar su atención al cliente y mantener una comunicación cercana pero organizada.

Pasos para comenzar debemos:

1. Descarga la app WhatsApp Business desde **Play Store o App Store**.



2. Abre la app y acepta los términos.
3. **Registra** un número de teléfono (puede ser distinto al personal o el mismo si no usas WhatsApp tradicional).
4. **Completa** el perfil de empresa: nombre, rubro, dirección, horario de atención y sitio web o redes sociales si los tienes.
5. ¡Listo! Ya puedes comenzar a usar la versión empresarial de WhatsApp.

Panel principal y herramientas clave

La interfaz es muy similar a la de WhatsApp común, pero incluye herramientas adicionales enfocadas en negocios:

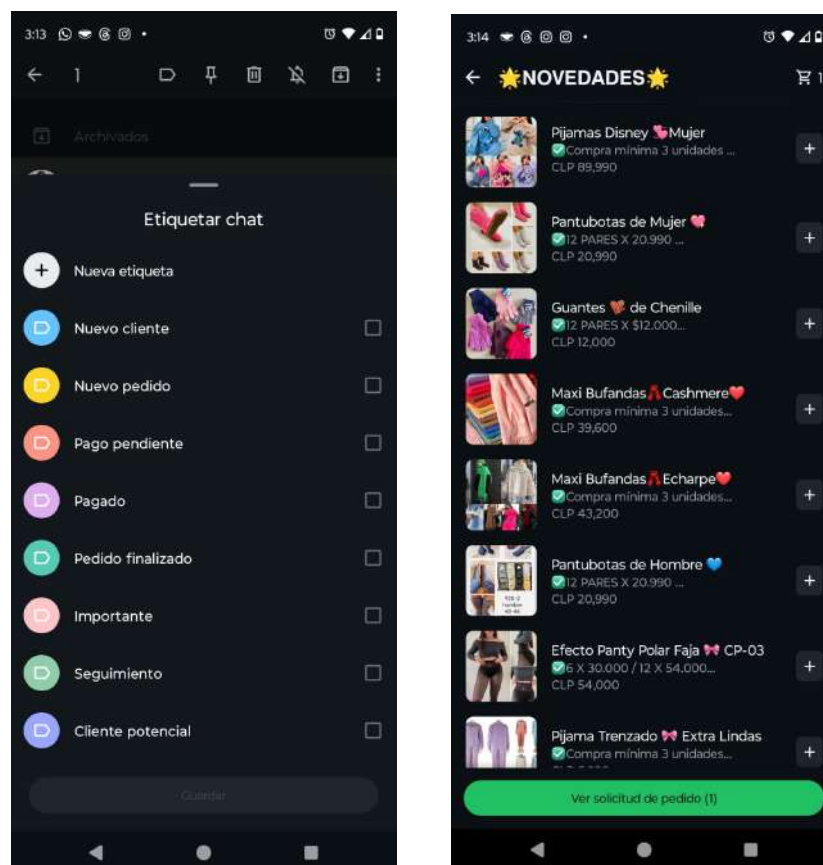
Perfil de empresa: Información clave sobre tu emprendimiento visible para tus clientes.

Mensajes automatizados:

- Mensaje de bienvenida: Se envía cuando una persona te contacta por primera vez.
- Mensaje de ausencia: Se activa fuera del horario que definas.
- Respuestas rápidas: Permite guardar mensajes frecuentes y enviarlos con atajos.

Etiquetas de contacto: Puedes clasificar las conversaciones con etiquetas como “Cliente frecuente”, “Pedido pendiente”, “Pago realizado”, etc.

Catálogo: Muestra tus productos o servicios con fotos, precios y descripciones, sin necesidad de enviar imágenes una por una.



Estratégicamente podemos usar WhatsApp para:

- Crea tu perfil con imagen de marca y toda la información relevante.
- Configura tu horario de atención y los mensajes automáticos.
- Carga tu catálogo con los productos o servicios más solicitados.
- Usa etiquetas para hacer seguimiento de clientas o pedidos.
- Comparte tu enlace directo de contacto en redes sociales, tarjetas y afiches.

Consejo práctico:

Usa respuestas rápidas para ahorrar tiempo. Por ejemplo, puedes guardar un mensaje como:

"Hola Gracias 😊 por escribirnos. En este momento estamos preparando pedidos, pero te responderemos a la brevedad."

Así evitas escribir lo mismo muchas veces y mantienes una atención amable y constante.



TESTIMONIOS

"Conocí herramientas nuevas que no manejaba y lo mejor es que pudimos aplicarlas en la práctica."

- DENISE FOUERE



"Estoy encantada con la mentoría, estoy aplicando Chat GPT y Canva"

- MÓNICA BUSTAMANTE

"En mi caso el programa me ha ayudado mucho, ya que no soy mucho de redes y la verdad cada clase me hace aprender más"

- MAYRA LÓPEZ





SOSTENIBILIDAD

SOSTENIBILIDAD

La tercera metodología es Equys, con la cual usted podrá crear un plan de sostenibilidad, como base de una futura política corporativa o una optimización de lo que su empresa ya tiene en esta materia.

Mediante Equys una empresa puede no sólo crear su plan y llevarlo a cabo, sino también profundizar en su conexión con el medioambiente, la sociedad y su propio crecimiento económico.

Para revisar la metodología utilizaremos el siguiente extracto del e-book “EQUYS: Metodología Para la Implementación de la Sostenibilidad en Organizaciones”.

LA METODOLOGÍA

Para comenzar con la creación de su plan sostenible, nos basaremos en una estructura clara y sencilla, la cual le servirá a usted y su equipo colaborador como herramienta para la construcción de un sistema integral, el que se resumen en el siguiente esquema.



1. Información de la Organización.

Un primer bloque aborda toda la información crítica de su organización, estableciendo datos y antecedentes esenciales.



Nombre de la organización: Señale el nombre de su empresa, organización o startup a la cual usted pertenece o lidera.



Descripción de productos y/o servicios: Explique que productos, servicios o iniciativas comercializa su organización.



Industria o sector: Defina la industria a la cual su organización pertenece, entregando detalles de su alcance geográfico (Mundial, nacional, regional).



Clientes / Usuarios: Señale quiénes son sus clientes y/o usuarios, considerando grupos objetivos y segmentos que su organización atiende.



Nombre de la persona responsables: Defina quién estará a cargo de velar por el fiel cumplimiento del plan sostenible de la organización.



Comunicación: Seleccione un método de comunicación de su plan. Este podría ser interno (dirigido a colaboradores), externo (clientes y usuarios) o híbrido.

2. Nombre del plan

Señale el nombre que desea asignarle a su plan de sostenibilidad. Ejemplos: “Plan Sostenible 2030”, “Plan de Sostenibilidad Google”, “Sustainable Maker”, “Energy Center 2020”, “Política de Sostenibilidad de Origo Lab”.

3. Temporalidad

Defina una temporalidad clara para su plan sostenible. Se recomienda encapsular este plan a nivel trimestral, semestral o anual, dependiendo de la naturaleza de sus productos o servicios.

4. Definición de problemática sostenible

Explique en detalle cuál es la problemática sostenible que usted abordará con su plan. Esta puede ser implementación de una política al interior de la empresa, un plan dirigido hacia la comunidad, reconsideración de materias primas, integración de medición de huella hídrica, etc.

Se recomienda respaldar la problemática con antecedentes de valor como estudios, encuestas, documentos científicos, fuentes oficiales y de organización especialistas de su industria.

¿QUIÉNES SE VEN AFECTADO POR ESTA PROBLEMÁTICA?

¿CÓMO Y CUÁNTO LES AFECTA?

¿CUÁL ES EL IMPACTO NEGATIVO AL MEDIOAMBIENTE EN LA ACTUALIDAD?

5. Objetivo general:

Elabore un objetivo general para su plan sostenible. Considera siempre comenzar con un verbo e incluir aspectos críticos como el qué, cómo, cuándo, dónde y por qué. Ejemplo: “Implementar la sostenibilidad al interior de cada departamento administrativo de la empresa, con el fin de alinear los aspectos estratégicos con cada trabajador, mediante un programa de capacitación de 12 meses de duración aplicado en salidas semanales a parques de la región Metropolitana”.

6. Objetivos específicos:

Desarrolle entre 2 a 4 objetivos específicos a modo de apertura del objetivo general. Por ejemplo:



O.E 1: “Definir departamentos administrativos en los cuales se implementará el plan de sostenibilidad”.



O.E 2: “Comunicar la estrategia sostenible de la empresa a cada colaborador y colaboradora de la compañía, utilizando charlas técnicas y talleres”.

7. Definición de Pilares Sostenibles.

Desarrolle los pilares sostenibles de organización (Social, Económico y Medioambiental). Para ello, considere las siguientes preguntas:

¿CÓMO APORTA ACTUALMENTE MI ORGANIZACIÓN AL MEDIOAMBIENTE?

¿CÓMO APORTA MI ORGANIZACIÓN A LA SOCIEDAD? ¿CUÁL ES SU IMPACTO EN ELLA?

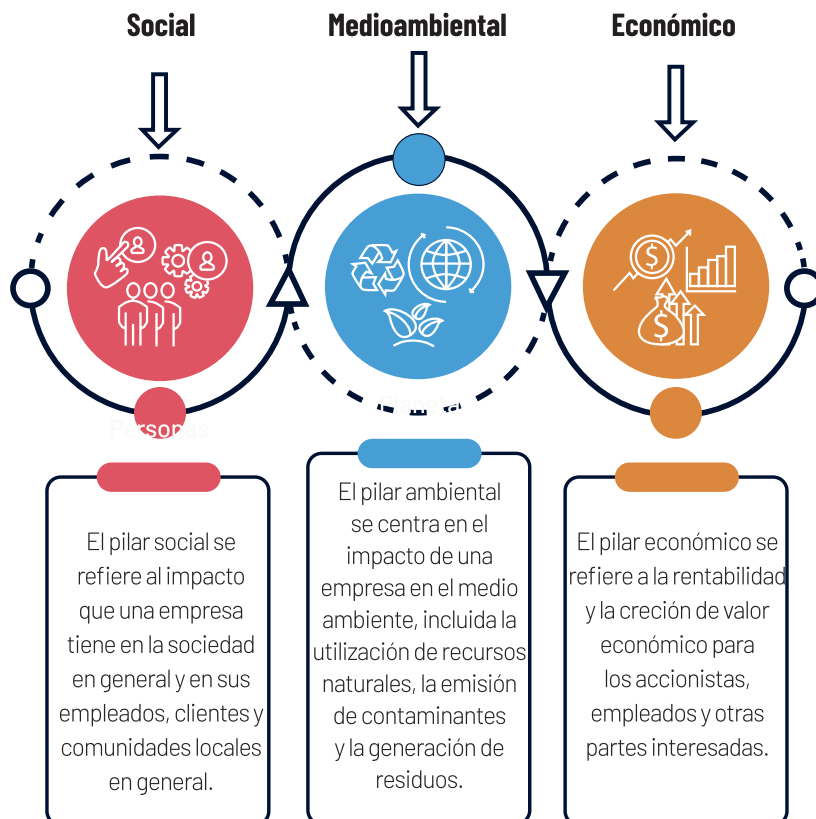
¿QUÉ CONJUNTO DE ACCIONES IMPLEMENTA EN LA ACTUALIDAD MI ORGANIZACIÓN PARA POTENCIAR EL ÉXITO COMERCIAL, SIN COMPROMETER EL MEDIO AMBIENTE, EL DESARROLLO SOCIAL Y LOS RECURSOS NATURALES?

8. Aplicación Tiple Triple Bottom Line (TBL).

Si en el bloque anterior usted definió los pilares sostenibles de su organización, ahora es el momento de bajarlos a su plan como elementos activos de un marco de evaluación futura.

Para esto, detalle el perfil de personas que beneficiará su plan, la cobertura medioambiental y el beneficio económico que espera obtener a partir de él.

Recomendación: No confunda beneficio económico con lavado de imagen (Greenwashing).



9. Conexión con ODS.

Seleccione que Objetivos de Desarrollo Sostenible aborda su plan. Puede seleccionar más de uno.

Apóyese en las metas específicas de cada objetivo de desarrollo sostenible descritos en el siguiente link: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>



10. Modelo de Negocios

Uno de los puntos más importantes de la sostenibilidad es la generación de ingresos de manera consciente, sin dañar a la sociedad, el medioambiente y los animales no humanos.

¿CÓMO GENERARÁ INGRESOS MI ORGANIZACIÓN MEDIANTE ESTE PLAN SOSTENIBLE?

¿CUÁL ES LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN INVOLUCRADA EN MI PLAN DE SOSTENIBILIDAD?

¿CÓMO GARANTIZARÉ NO GENERAR DAÑO AL MEDIOAMBIENTE, LOS ANIMALES NO HUMANOS Y LA SOCIEDAD?

11. Mapa de Stakeholders / Shareholders.

Tal como se señaló en la introducción de este texto, para aplicar Equys es necesario que usted ya conozca la terminología estratégica y sostenible, donde conceptos como stakeholders y shareholders ya son parte de su conocimiento.

Entendiendo esto, Equys propone la siguiente matriz clasificatoria:

	INTERNOS (SHAREHOLDERS)	EXTERNOS (STAKEHOLDERS)
ACTIVOS	COLABORADORES TRABAJADORES JEFATURAS GERENCIAS	CLIENTES USUARIOS PROVEEDORES COMPETIDORES / SUSTITUTOS
PASIVOS	ACCIONISTAS SOCIOS INVERSIONISTAS DUEÑOS FAMILIARES DE TRABAJADORES	MEDIOS DE COMUNICACIÓN SINDICATOS ASOCIACIONES ESTADO (LEYES) COMUNIDADES

12. Propósito Sostenible.

Unos de los bloques fundamentales, de todo plan sostenible, es la creación de un propósito consciente que represente fielmente las acciones y resultados que posteriormente se desean obtener.

Un propósito sostenible es una declaración estratégica que comienza desde el plan y luego se puede extender a la organización cuando esta ya está convertida hacia la sostenibilidad.

Un buen ejemplo es el propósito de organización Origo Lab, el cual podemos apreciar a continuación.

“Aportar al desarrollo de una sociedad más justa y un medioambiente más sustentable, por medio de iniciativas innovadoras y programas que promuevan la conciencia y el bien común, fomentando el trabajo colaborativo, el amor incondicional, la empatía, la compasión, el altruismo y el respeto por cada ser”

Para construir el propósito de su plan sostenible es necesario responder las siguientes preguntas

¿CÓMO TU PLAN SOSTENIBLE CONTRIBUYE AL FUTURO DE LA SOCIEDAD?

¿CÓMO APORTA TU PLAN A LA SOSTENIBILIDAD DE TU ORGANIZACIÓN Y SUS PILARES IDENTIFICADOS?

¿CON QUÉ VALORES Y ATRIBUTOS CUENTA TU ORGANIZACIÓN PARA UN MUNDO MÁS SOSTENIBLE?

13. Equys Plan

A continuación, usted debe completar la siguiente tabla para generar su propia planificación. En ella, se considerarán 6 grandes dimensiones:



Sensibilización: En una primera fase se debe generar una instancia de conversación e interacción con las lideresas y líderes de la organización, como

así mismo las jefaturas y gerencias claves, con el fin de sensibilizar respecto a la futura implementación del plan sostenible.



Diagnóstico: Elabore y ejecute un diagnóstico de su momento cero, previo a implementar su plan sostenible. Este diagnóstico puede ir dirigido a las y los líderes ya sensibilizados, como así mismo jefaturas, gerencias o colaboradore(a)s de la organización. La idea es medir el antes y el después de la implementación del plan sostenible.



Activación: Es momento de dar el puntapié inicial de su plan sostenible. Recuerde considerar un lanzamiento de su plan y todas las actividades pertinentes al inicio de él. Por ejemplo, un evento de inicio, desarrollo de un comunicado para informar respecto a su plan.



Gestión: Es considerada la fase con mayor cantidad de actividades, ya que es el grueso del plan y contempla todo el contenido de este. Es importante considerar dentro de la gestión todo el posicionamiento del plan durante la temporalidad elegida. Debe incluir aspectos comunicacionales de su plan hacia los stakeholders y shareholders, como así mismo campañas de marketing y redes sociales, entre otras acciones. La última actividad de gestión siempre debe ser la aplicación del mismo diagnóstico realizado, pero de salida, para generar contrastes.



Reporte: Seleccione una temporalidad para sus reportes. Por ejemplo, si su plan sostenible es a un año, usted podría considerar un reporte al fin del mes 3, otro a fin del mes 6, otro a fin del mes 9 y finalmente un reporte final al término del mes 12. Un reporte debe incluir al menos los siguientes elementos: Actividades Desarrolladas, Resultados Obtenidos, Impacto Generado, Observaciones y Conclusión. También es importante reiterar algunos contenidos desarrollados inicialmente, como el objetivo general y los específicos, entre otros. Más adelante, en el bloque de “Reportes” de Equys incluiremos un formato para estos fines.



Pivot: Es la fase de aprendizaje y replanteamiento de su plan sostenible. Es aquí donde usted plantará las bases de lo que será la corrección y ajuste de su plan para el siguiente periodo. Esta retroalimentación debe incluir reuniones de análisis del plan, de forma interna, como así mismo la consideración de los reportes.

Etapa	Actividades	Resultados	Tiempo	Impacto esperado	Indicadores	Responsables
Sensibilización						
Diagnóstico						
Activación						
Gestión						
Reporte						
Pivot						

14. Roadmap

A continuación, usted desarrollará la hoja de ruta de su plan sostenible, para esto traslade las actividades anteriormente señaladas y asigne tiempos de entrega según la temporalidad seleccionada.

Roadmap	Roadmap					
Actividades	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
1						
2						
3						
4						

15. Presupuesto

Todo plan sostenible debe tener un presupuesto, para ello utilizaremos un formato que incluye las siguientes partidas:

 **RRHH:** Se refiere a las personas que trabajarán directamente en este plan, como por ejemplo, un Jefe de Sostenibilidad. A este presupuesto se le debe imputar el sueldo de dicho recurso humano

 **Operaciones:** Son todos los gastos asociados a la ejecución del proyecto, como arriendo de salones para un evento, gastos de marketing y comunicaciones, elaboración de material de trabajo, traslado, alimentación del personal, entre otros.

 **Administración:** Son todos los gastos asociados a servicios contables, financieros y de asesorías en administración.

 **Inversión:** Contempla todos los gastos en activos, como maquinaria, equipos de trabajo, tecnología habilitante, entre otros.

Es importante aclarar que el presupuesto no necesariamente debe ser público si usted optó por una comunicación abierta.

ÍTEM	TOTAL POR ÍTEM
RRHH	
Colaborador 1	
Colaborador 2	
Colaborador 3	
Colaborador n...	
Operaciones	
Administración	
Inversión	
TOTAL	

16. Informes y reportes

Finalmente, y como último bloque, usted deberá desarrollar reportes dentro de la temporalidad definida. Por ejemplo, si el plan de sostenibilidad es de un año, se recomienda reportes cada 3 meses, los cuales deben incluir los siguientes puntos:

- **Reiteración de los objetivos:** Reitere el objetivo general y los específicos, con el fin de no olvidar las directrices del plan.
- **Actividades ejecutadas y resultados obtenidos hasta la fecha:** En la siguiente tabla ingrese las actividades realizadas hasta el momento y los resultados asociados a cada una de ellas.

Nombre de la Actividad	Observaciones	Nombre del Resultado	Observaciones
Actividad 1		Resultado 1	
Actividad 2		Resultado 2	

- **Impacto Generado:** Explique el impacto generado hasta la fecha, de acuerdo a cada pilar sostenible.

IMPACTO GENERADO		
SOCIAL	MEDIOAMBIENTAL	ECONÓMICO

- **Roadmap Futuro:** Copie el roadmap diseñado anteriormente incluyendo sólo las actividades que quedan pendientes.
- **Observaciones y Evaluación de Riesgos:** Señale todo tipo de observación y aprendizaje obtenido hasta el momento, y que acciones realizará para mitigar o potenciar lo señalado.

EVALUACIÓN DE RIESGOS Y FORTALEZAS		
OBSERVACIÓN	APRENDIZAJE	ACCIÓN DE MITIGACIÓN / POTENCIAMIENTO

CONCLUSIÓN

La información existente respecto a sostenibilidad es mucha y variada, y se ha construido en base a la colaboración entre personas y organizaciones de todo el mundo, con investigaciones de suma riqueza informativa que han permitido ir construyendo evidencia respecto a los cambios que deberíamos hacer en pro del medioambiente, las personas y la economía (3 pilares de la sostenibilidad).

Esta valiosa información ha sido utilizada para generar normativas y leyes en países de todo el planeta, acogiendo el llamado de la ONU (2015) y los 17 objetivos de desarrollo sostenible.

Podemos decir que, el material y la información para saber lo que es sostenibilidad y cómo opera su ecosistema, está ya a disponibilidad suya en bibliotecas, cursos, e internet. Por eso, con el equipo de trabajo, nos enfocamos en que Equys fuera más una metodología que solucionará el “cómo” en relación con el “qué”. Nuestro desafío fue enfocarnos en que usted y su equipo tengan un método para estructurar su plan sostenible de forma ordenada y efectiva, pero con la capacidad de ser modificado en el tiempo y adaptado a la realidad de su empresa y los nuevos escenarios que esta tenga.

Hay comprender la importancia que tiene la sostenibilidad para el futuro y el rol que juega para nuestra sociedad, el medioambiente y los animales no humanos, debiendo velar por la integración de más modelos bondadosos con las personas, los ecosistemas y las formas de hacer negocios e innovar en una sociedad sostenible.

TECNOLOGÍAS RECOMENDADAS



La huella de carbono es una estimación de las emisiones de gases de efecto invernadero que genera una actividad humana, como un emprendimiento, en un periodo determinado. Estas emisiones se miden en kilogramos o toneladas de dióxido de carbono equivalente y ayudan a entender el impacto ambiental de las operaciones diarias.

Medir la huella de carbono permite identificar las principales fuentes de contaminación en un negocio y diseñar estrategias para reducirlas, compensarlas o evitarlas. Además, mostrar este compromiso sostenible puede mejorar la reputación de tu emprendimiento frente a clientes y redes de colaboración.

Para comprender mejor su utilidad, veamos algunos ejemplos de uso en emprendimientos reales:

- **Tienda de productos sustentables:** Calculó su huella para detectar que el mayor impacto estaba en los envíos a domicilio y comenzó a ofrecer opciones de entrega en bicicleta.
- **Negocio textil artesanal:** Midió sus emisiones por uso de electricidad en la producción y decidió migrar a un plan con energía renovable.
- **Cafetería local:** Estimó sus emisiones anuales y compensó parte de ellas plantando árboles junto a una comunidad escolar.

Antes de comenzar debes reunir o estimar los siguientes datos de tu negocio:

- **Consumo de electricidad por mes.**
- **Tipo de vehículo y cantidad de kilómetros recorridos al mes o al año.**
- **Uso de gas o combustibles para calefacción o procesos productivos.**
- **Número de viajes en avión (si aplica).**

Instrucciones para el cálculo

1. **Accede** a la plataforma:  <https://www.carbonfootprint.com/calculator.aspx> 

2. Selecciona el **idioma** (opcional):

Si lo deseas, puedes usar la función de traducción automática de tu navegador para ver la página en español.

3. Selecciona el **tipo de cálculo**: En la sección “Household Carbon Footprint Calculator”, haz clic en el botón “Begin Calculating” para comenzar.

4. **Ingresas tu consumo de electricidad**:

- Selecciona tu país (por ejemplo, Chile).
- Indica si conoces tu consumo en kWh o solo el monto de tu cuenta.
- Ingresas los datos mensuales o anuales según corresponda.

5. **Agrega información sobre transporte**:

- Elige el tipo de vehículo que utilizas (auto, moto, furgón).
- Indica la cantidad de kilómetros que recorres anualmente o mensualmente.
- Puedes incluir más de un tipo de transporte si corresponde.

(También puedes estimar los viajes en bus o metro si aplican a tu negocio.)

6. **Otros consumos energéticos** (opcional): Si usas gas, leña u otro combustible, indícalo en la sección correspondiente.

7. **Viajes en avión** (si aplica): Si tu negocio requiere viajes aéreos, agrega los vuelos nacionales o internacionales que hayas realizado.

8. **Resultados**: La calculadora entregará tu huella de carbono total en toneladas de CO₂e por año. También te indicará cuántos árboles necesitarías plantar para compensarla y ofrece recomendaciones generales para reducir tu impacto.

carbon footprint

Call us on +44 (0)1256 582599

CALLUS

CALCULATE OFFSETTING BUSINESSSES INFORMATION ABOUT US CONTACT MY ACCOUNT

Sustrax Vita

Carbon Footprint Calculator For Individuals And Households

Sustrax Vita
Calculate your emissions with Sustrax Vita

Dashboard

Input

- Electricity (10.0 tonnes)
- Natural Gas (10.0 tonnes)
- Fuel (10.0 tonnes)
- Cars (10.0 tonnes)
- Flights (10.0 tonnes)
- Public Transport (10.0 tonnes)
- Spend (10.0 tonnes)

Results

- FAQs
- Offset
- Business Calculator

Monday, July 7th 2025

Good afternoon

Welcome,

Sustrax Vita helps you understand your personal or household's carbon emissions. By answering a few simple questions, you'll gain valuable insights into your impact on climate change. Ready to take charge of your environmental impact? Let's explore your carbon footprint together.

Start Calculating

Offset Emissions

Following your calculation, you can offset your emissions through one of our climate-friendly projects.

Input data

Input Forms

- Electricity (10.0 tonnes)
- Natural Gas (10.0 tonnes)
- Fuel (10.0 tonnes)
- Cars (10.0 tonnes)

carbon footprint

Call us on +44 (0)1256 582599

You are not logged in. [Log in / Create account](#)

CALCULATE OFFSETTING BUSINESSSES INFORMATION ABOUT US CONTACT MY ACCOUNT

CARBON CALCULATOR

Carbon Footprint Calculator For Individuals And Households

This carbon calculator is provided free to use

Show your care for the environment and communities across the World by Carbon Offsetting.

You can support [Carbon Offsetting](#) Projects that both tackle climate change and support impoverished communities across the world. Just click the 'Offset' button after you have finished your calculation. It takes only a few easy clicks and costs only a few Pounds/Dollars/Euros per tonne CO₂. You also get a personalised Certificate recognising your offsetting - makes an ideal gift too!

Try Our New & Improved Carbon Calculator!
It's free to use and better than ever. Calculate your emissions here - [Sustrax Vita](#)

idioma: [español](#)

[Por qué crear una cuenta?](#)

[Me gusta](#) 4.10 mil personas les gusta esto. Sé el primero de tus amigos.

Bienvenido [Vehículo](#) [Vuelo](#) [Coches](#) [Moto](#) [Autobús/Tren](#) [Seguro](#) [Residencia](#)

Bienvenido a la calculadora de carbono más conocida de la Web

En primer lugar, selecciona el país en el que vives: [España](#)

De: [Spain](#)

Los cálculos de la huella de carbono se basan en las emisiones de los 12 últimos meses. Introduce el periodo que abarcará el cálculo (opcional):

desde: hasta: **Calcular**

A continuación, selecciona la pestaña apropiada de la parte superior para calcular la huella del aspecto de la vida que más te interesa, por ejemplo, las viajes. Si lo prefieres, también puedes acceder a cada uno de los pestañas para calcular tu huella de carbono total.

Una vez obtenidos los resultados, puedes compensar tus emisiones a través de uno de nuestros proyectos respaldados con el clima.

Volver

[Reservar huella de carbono de carbono del CO2 en la vida real](#)

[@carbonfootprint](#)

Consejo práctico:

Si no tienes todos los datos exactos, utiliza estimaciones razonables. Lo importante es comenzar a visualizar el impacto de tu emprendimiento. Puedes repetir este ejercicio cada tres o seis meses para ver tus avances y ajustar tus acciones.



TESTIMONIOS

“El programa me permitió reconocer y destacar las prácticas de sostenibilidad que ya aplicamos en nuestro emprendimiento. Sin duda, es un tema importante en el que debemos seguir avanzando.”

- ERICKA CASTELLANOS



“No sabíamos que existía una metodología que apuntará a desarrollar programas sostenibles, nos pareció increíble. Una herramienta útil para aterrizar las ideas en función de la sostenibilidad que es nuestro objetivo.”

- SANDRA MORENO y JAZMIN VEJAR

“La palabra sostenibilidad ni siquiera sabía lo que significaba. Ahí entendí lo importante que es para mi empresa usar los recursos naturales de forma responsable y equilibrada, para que puedan mantenerse en el tiempo.”

- ROSA DÍAZ





MODELO DE ADOPCIÓN TECNOLÓGICA DE REFUERZO

MODELO DE ADOPCIÓN TECNOLÓGICA DE REFUERZO

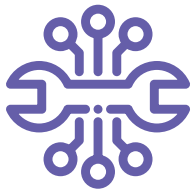
Además, de las metodologías mencionadas, se presenta un modelo de adopción tecnológica clásica complementado por un conjunto de buenas prácticas a nivel general y específico. Este modelo de adopción es transversal a cualquier tecnología que se desee implementar y cuenta con los siguientes pasos:



- 1. Instalación de la tecnología:** En un primer paso se debe habilitar la tecnología a nivel técnico, ya sea esta una aplicación, una plataforma o una solución innovadora con elementos físicos como por ejemplo sensores.



- 2. Presentación de la tecnología a colaboradores:** Luego la tecnología debe ser presentada a las y los colaboradores, equipo de trabajo o profesionales que interactúan en el proyecto de adopción. De aquí en adelante comienza el proceso de integración, considerando un indicador técnico, otro psico adaptativo y otro del nivel de resistencia hacia el cambio.



- 3. Revisión técnica:** Una vez a la semana la persona responsable de la implementación del modelo debe revisar si cada perfil de su equipo de trabajo, incluido en el proceso, se adapta y utiliza de forma correcta la metodología, acompañando y respondiendo solicitudes y consultas. Es importante responder:

¿QUÉ NO ENTIENDE MI COLABORADOR?



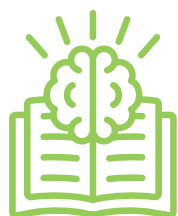
- 4. Revisión Psico adaptativa:** Una vez a la semana, la persona responsable de la implementación del modelo debe medir el estado emocional las personas que conforman el equipo de trabajo y su relación con la tecnología desde esta perspectiva. Esto puede ser mediante conversaciones o mediciones basadas en escalas creadas según la cantidad de personas que se requiera monitorear y/o los factores en los que se desea profundizar.

¿CÓMO SE SIENTE MI COLABORADOR?



- 5. Medición de Resistencia:** Desde la observación, la persona responsable de la implementación del modelo debe evaluar el nivel de resistencia de la o las personas que interactúan con la adopción tecnológica. Para ello debe usar la tabla señalada a continuación, clasificando de 1 a 10 la resistencia de su colaborador y explicitando la medida de acción que utilizará para potenciarla o revertirla, dependiendo del resultado.

MEDICIÓN DE RESISTENCIA	
¿QUÉ NIVEL DE RESISTENCIA EXISTE EN MI COLABORADOR? • 1 representa una muy baja resistencia: el entorno es receptivo y abierto a los cambios tecnológicos. • 10 representa una muy alta resistencia: hay una fuerte oposición o dificultad para adoptar nuevas tecnologías	
NOMBRE DE LA PERSONA:	
NIVEL DE RESISTENCIA: ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	
MEDIDA DE ACCIÓN:	



- 6. Aprendizaje:** Recoja los resultados que vaya obteniendo a partir de las mediciones realizadas e integre mejoras. Recuerde que debe usar este modelo a la cantidad de semanas que usted defina para su plan de adopción, reiterando cuantas veces usted desee las revisiones a nivel técnico, psico adaptativo y resistencia.

Este modelo de “Adopción Tecnológica de Refuerzo” es un proceso que dialoga y se complementa de forma efectiva con las metodologías presentadas anteriormente: Equys, DX-Express y RUTTA Plan, funcionando como un criterio a establecer cada vez que se revise el nivel de integración entre la tecnología y la adopción de esta por parte de colaboradores, trabajadores, socios o perfiles claves a medir .

CONJUNTO DE BUENAS PRÁCTICAS SUGERIDAD COMO COMPLEMENTO

A continuación, se presentan conjunto de buenas prácticas a nivel general y específico, que complementan el modelo de “Adopción Tecnológica de Refuerzo” y las metodologías.

CONJUNTO DE BUENAS PRÁCTICAS A NIVEL GENERAL

Estar al tanto de las tendencias tecnológicas y las formas de integrar la adopción como un modelo.

01

Descubrir la capacidad y el potencial tecnológico de la empresa, antes del plan de adopción.

02

Definir capacidades técnicas y perfiles del equipo de trabajo a cargo del proceso de adopción tecnológica.

03

Estimar el impacto del proceso de adopción tecnológica en las diversas estructuras de la empresa identificando riesgos y oportunidades.

04

Conocer el impacto de las tecnologías integradas en la escalabilidad productiva y comercial.

05

Garantizar que la adaptación de tecnologías sea segura y cumpla con los estándares requeridos por la industria.

06

Conocer el mercado de las tecnologías a integrar, sus competidores, sustitutos, precios, experiencia de otros usuarios, y toda información que sea crítica al momento de seleccionar un proveedor.

07

Considerar sistemas de soporte que faciliten la experiencia final, ya sea comercial o productiva.

08

Realizar pruebas de concepto con versiones gratuitas de la tecnología a

09

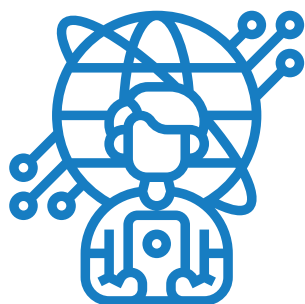
CONJUNTO DE BUENAS PRÁCTICAS A NIVEL ESPECÍFICO

Innovación & Negocios



- Instaurar cultura innovadora.
- Integrar procesos innovadores a modelos eficientes de productos/servicios.
- Conectar tecnologías de gestión con resultados técnicos y comerciales.
- Conectarse con el mercado y su realidad.
- Identificar stakeholder y shareholders.
- Generar estrategias colaborativas que consideren la participación de todos y todas las colaboradoras.
- Integración de tecnologías en la gestión empresarial.

Transformación Digital



- Digitalización modular y eficiente.
- Integración de plataformas de IA.
- Establecer roles y responsables para el proceso de transformación digital.
- Profundización en temáticas de internet de las cosas, big data, machine learning y otras plataformas tecnológicas para eficiencia productiva.
- Establecer un plan bajo una metodología clara y eficiente.

Sostenibilidad



- Adoptar modelos sostenibles.
- Desarrollo de planes sostenibles.
- Alineación estratégica con ODS.
- Integración de objetivos SMART.
- Desarrollar un propósito alineado con la visión sostenible
- Integrar sistemas de informes y reportes.

CONCLUSIÓN

Como usted pudo apreciar, el “Instructivo para la Adopción de Mejores Prácticas Innovadoras en Transformación Digital, Sostenibilidad y Gestión Empresarial”, aporta con tres metodologías colaborativas para la habilitación tecnológica en empresas de todo tamaño, sector e industrias.

Por un lado, se encuentra la metodología Equys para la creación de planes de sostenibilidad, base de toda política empresarial enfocada en el medioambiente, las personas y la gobernanza propia de cada empresa como elemento económico y de crecimiento.

También vimos DX-Express, la metodología para acelerar procesos de transformación digital de forma co creada entre personas de un equipo, socios de una empresa o miembros de una startup, aportando con paneles y herramientas métodos lúdicos de colaboración en el proceso de adopción tecnológica.

También se pudo conocer RUTTA Plan, una de las 9 dimensiones de la metodología RUTTA, que aporta con la creación de un plan de trabajo para el desarrollo de todo producto, iniciativa y/o servicio, integrando orden y siendo la base para cualquier proyecto innovador y aportando a la gestión empresarial en todos sus niveles al momento de diseñar soluciones.

Estas tres metodologías se ven apoyadas por el modelo de adopción tecnológica de refuerzo propuesto en este instructivo, el cual destaca por medir la implementación y ejecución del proceso de integración, aportando con técnicas de observación en torno al grado de sensibilidad que poseen colaboradores y colaboradoras respecto a la tecnología que se está adoptando, considerando estados emocionales de quiénes participan, conocimiento técnico y resistencia al proceso.

Es importante señalar, que los modelos de adopción y las metodologías presentadas, son un aporte que puede complementar cualquier esfuerzo que usted haga en torno a la integración tecnológica en procesos.

Finalmente, es necesario considerar la innovación, la sostenibilidad y la transformación digital como elementos interconectados que se relacionan entre sí en toda organización, siendo tendencias que funcionan como mecanismos de crecimiento social y también empresarial, optimizando la gestión y dando valor en cada paso.



PROYECTO APOYADO POR



CORFO
REGION DE ANTOFAGASTA

